



ECONOMÍA DE LA EMPRESA

OPCIÓN A

- 1 a) Define pasivo corriente y pasivo no corriente. ¿Qué diferencia existe entre ellos?

Pasivo no corriente, llamado también exigible a largo plazo o recursos ajenos a largo plazo, es el conjunto de obligaciones o deudas que van a ser exigibles a la empresa en un plazo superior a un año.

Pasivo corriente, llamado también exigible a corto plazo o recursos ajenos a corto plazo, incluye el conjunto de obligaciones y deudas a las que ha de hacer frente la empresa a corto plazo (vencimiento inferior o igual al año).

La principal diferencia entre ellos es el plazo en el que es exigible cada uno de ellos.

- b) Cita dos fuentes de financiación externa en el corto plazo y otras dos en el largo plazo. Define una de las cuatro fuentes citadas.

(El estudiante puede elegir citar dos de cada tipo y definir cualquiera de las citadas)

Fuentes de financiación externa en el corto plazo:

El préstamo a menos de un año. Contrato mediante el cual una entidad financiera entrega a la empresa una cantidad de dinero pactada y esta se compromete a devolver dicho capital más unos intereses prefijados, según el plan de amortización establecido. El prestatario paga intereses por la totalidad de los fondos recibidos, ya que dispone automáticamente de todo el préstamo con independencia del momento en que vaya a utilizar el dinero.

El crédito a menos de un año (cuenta de crédito o línea de crédito). Contrato por el que la entidad financiera procede a la apertura de una línea de crédito y se compromete con la empresa a permitirle disponer de una cantidad de dinero, según sus necesidades, hasta un límite acordado. Sólo pagará intereses por las cantidades dispuestas y no por el límite total concedido, aunque es frecuente el cobro de una comisión que gira sobre el límite total. La empresa se compromete a la devolución de las cantidades de las que ha dispuesto en los plazos establecidos.

El descuento de efectos o descuento comercial. Operación por la que un banco adelanta el importe de una letra de un cliente que tiene un vencimiento en fecha posterior. El adelanto se realiza una vez descontados los intereses que median desde la fecha en que se realiza el anticipo del importe y la fecha de vencimiento de la letra. No se transmite el riesgo de impago.

Créditos comerciales de proveedores. Estos créditos surgen como consecuencia del aplazamiento del pago de las compras efectuadas a los proveedores.

Servicio de *factoring*. Es la venta por parte de la empresa de los derechos de cobro sobre los clientes a un intermediario financiero (incluido el riesgo de impago). Este sistema, más caro que el descuento, proporciona gran liquidez y evita riesgos de impagos.

En cuanto a las fuentes de financiación a largo plazo se citan:

Créditos y préstamos a largo plazo (con vencimiento superior a un año): similar definición a los señalados para el corto plazo.

***Leasing*. Contrato de alquiler con opción de compra, que permite a las empresas que necesitan elementos patrimoniales (maquinaria, vehículos, inmuebles, etc.) disponer de ellos**



mediante el pago de una cuota durante un período determinado de tiempo. Finalizado el período, el arrendatario puede devolver el bien al arrendador, adquirirlo a un precio residual o volver a renovar el contrato.

Renting. No suele incluirse como fuente de financiación, dado que su vocación inicial es el alquiler, no la compra. Como el *leasing* es un contrato de arrendamiento con opción de compra sobre un activo fijo, pero, como su vocación es el alquiler, el precio fijado para ejercer la opción de compra es más alto y las cuotas periódicas son menores.

Empréstitos de obligaciones. Las grandes empresas necesitan en muchas ocasiones capitales de cuantía muy elevada y no les resulta fácil encontrar entidades financieras dispuestas a conceder préstamos tan elevados. En estos casos, las empresas pueden conseguir fondos dividiendo esas grandes cantidades en pequeños préstamos y que sea un gran número de pequeños acreedores o prestamistas los que les presten el dinero. Para ello, la empresa emite unos títulos llamados obligaciones, que son suscritos y desembolsados por cada uno de los prestamistas. Al conjunto total de obligaciones emitidas de una sola vez se le llama empréstito. Estas obligaciones representan una deuda para la empresa y supone para esta la obligación de pagar unos intereses periódicos y el reembolso de los títulos al vencimiento. En la emisión y amortización de títulos a veces se ofrecen primas y descuentos a los inversores en el momento de la suscripción o del reembolso para hacerla más atractiva.

Emisión de nuevas acciones o 'ampliaciones de capital'. La empresa puede llevar a cabo una ampliación de capital para conseguir fondos emitiendo nuevas acciones, 'títulos-valor' que representan una parte alícuota del capital social de una sociedad anónima. Quien la posee es socio de la empresa y propietario de esta en una parte proporcional al número de acciones adquiridas. También le confiere una serie de derechos: en particular, a participar en el reparto de beneficios, en forma de dividendos y el derecho preferente en la suscripción de las nuevas acciones emitidas por la empresa. El derecho preferente a favor de los socios nace al ampliarse el capital de una sociedad y tiene por objeto que los accionistas antiguos, después de la ampliación de capital, mantengan la misma situación jurídica y la misma situación patrimonial, es decir, mantenga el mismo número de votos y la misma proporción de participación en el capital social que tenían antes de la ampliación. Al accionista antiguo se le ofrecen tantas nuevas acciones de la ampliación como le correspondan para mantener el mismo porcentaje de acciones que tenía antes de ampliar capital. Puede suscribirlas o no, pero, en cualquier caso, le cuestan menos que si fuera un suscriptor nuevo, ya que para suscribirlas es necesario disponer de derechos de suscripción. Si no las suscribe, sus derechos de suscripción se venden a los nuevos accionistas y el dinero que recibe teóricamente le compensa de la pérdida de valor de sus acciones.

(Se dará como válida una pequeña definición de cada caso).

- 2 a) El umbral de rentabilidad de la empresa ZZ está en 100 unidades físicas. Sus costes fijos son de 1.000 euros y el precio unitario es de 15 euros. ¿Cuál es su coste variable? ¿Qué sucederá para volúmenes de producción inferiores a 100 unidades físicas?

$$Q = CF / (p - cv) \quad 100 = 1000 / (15 - cv) \quad cv = 5 \text{ euros/unidad}$$

Para volúmenes de producción inferiores al umbral de rentabilidad la empresa incurrirá en pérdidas, esto es, no será capaz de afrontar el conjunto de sus costes con la diferencia entre el precio unitario y el coste variable unitario del conjunto de unidades físicas producidas y vendidas.

- b) ¿Qué relación existe entre la segmentación de mercados y las estrategias de precios diferentes? Aporta un ejemplo.

Las estrategias de precios diferentes son una herramienta útil para la segmentar el mercado.



Se trata de explotar la heterogeneidad de los consumidores para incrementar el volumen de ventas (viajar en primera o en segunda clase). A veces, se vende el mismo producto a diferente precio según quien sea el consumidor, la fecha o el lugar de venta (días azules de RENFE, descuentos por carné joven, a jubilados, el día del espectador, etc.).

Un ejemplo es el menor precio de los viajes para personas jubiladas, de tal manera que dichos servicios se ofrecen en temporada baja, con lo que se permite la ocupación hotelera todo el año. (Los ejemplos válidos pueden ser muy diferentes, pues el único requisito es que reflejen los condicionantes de la pregunta).

- 3 Veinte alumnos de la última promoción de ingenieros industriales tienen una idea de negocio para fabricar papel a partir de piedra. Han estimado que necesitan capital por valor de 50 millones de euros. ¿Qué tipo de forma jurídica les sugieres para su empresa? Cita dos ventajas de la forma jurídica seleccionada.

Es una sociedad anónima. Sus ventajas son (cada estudiante debe citar solo dos de ellas; cualquier otra ventaja correcta será considerada válida):

Los socios/as no responderán con su patrimonio personal de las deudas sociales.

Responsabilidad limitada

Posibilidad de realizar inversiones de riesgo.

Las acciones son libremente transmisibles/ movilidad del capital

Pueden cotizar en bolsa

La administración puede recaer sobre una persona o grupo sin que se requiera ser socio, lo que permite la profesionalización de la dirección

Imagen de seriedad y solvencia/ capacidad para afrontar grandes proyectos

- 4 *MOTORES S.A.* y *ESTABLECIMIENTOS S.A.* desean desarrollar conjuntamente nuevos productos tecnológicos destinados al pequeño consumidor. ¿Qué tipo de crecimiento es este? Justifica tu respuesta. Cita una ventaja y un inconveniente del mismo.

Es crecimiento externo, porque supone la cooperación entre dos empresas. El método utilizado es la cooperación (algunos lo consideran un método específico de crecimiento externo, lo cual se dará también por válido).

La cooperación trata de crear relaciones especiales entre empresas independientes a través de acuerdos para compartir recursos y conocimientos, evitar riesgos, abaratar costes o acceder a nuevos mercados, todo ello para conseguir un objetivo común. Es una forma de crecimiento cada vez más empleada. Hasta hace unas décadas no parecía posible que triunfaran estrategias que no fueran competitivas, pero el éxito de nuevas formas, como la franquicia, *joint-venture* y otras, están demostrando que también la cooperación puede ser una buena estrategia empresarial. El inconveniente principal de la cooperación es el choque entre culturas organizativas. (Si se comentan las ventajas e inconvenientes del crecimiento externo, se dará como válida).

- 5 Cita y define cuatro áreas o funciones dentro de una empresa.
(El estudiante solo necesita citar cuatro de ellas)

Función de dirección: planificación, organización, coordinación, comunicación y control.

Función de administración: facturación, archivo, contabilidad, nóminas seguros sociales etc.

Función financiera: financiación, presupuestos de tesorería, seguros, inversiones, etc.

Función de producción: planificación y programación de la producción, aprovisionamiento, control de calidad, métodos y tiempos.



Universidad de Oviedo
Universidá d'Uviéu
University of Oviedo

Pruebas de evaluación de Bachillerato para
el acceso a la Universidad (EBAU)
Curso 2017-2018

Función comercial: equipo de ventas y administración comercial.

Función de marketing: diseño de estrategias de marketing y tareas técnicas.

Función de personal o de recursos humanos: reclutamiento, formación, contratación, relaciones laborales, administración de personal, atención médica, seguridad laboral, etc.

Función de I+D: investigación y desarrollo de nuevas técnicas y productos.



OPCIÓN B

- 1 a) Señala dos ejemplos de activos de la empresa que representen bienes y otros dos ejemplos que reflejen derechos. ¿En qué masas patrimoniales se integran cada una de ellos?

(El alumno solo debe citar dos ejemplos en cada caso)

a) Bienes (tangibles o intangibles): propiedad industrial, aplicaciones informáticas, terrenos y bienes naturales, construcciones, maquinaria, mobiliario, equipos para proceso de información, elementos de transporte, inversiones en terrenos y bienes naturales, inversiones en construcciones, caja, euros, bancos, mercaderías, materias primas, productos terminados o inversiones financieras a corto plazo por citar solo los más relevantes.

b) Derechos: clientes, clientes, efectos comerciales a cobrar y deudores.

Propiedad industrial, aplicaciones informáticas, terrenos y bienes naturales, construcciones, maquinaria, mobiliario, equipos para proceso de información, elementos de transporte, inversiones en terrenos y bienes naturales e inversiones en construcciones son cuentas que forman parte de la masa patrimonial activo no corriente.

Caja, euros, bancos, mercaderías, materias primas, productos terminados, inversiones financieras a corto plazo, clientes, efectos comerciales a cobrar y deudores forman parte de la masa patrimonial activo corriente.

b) Cita un ejemplo de método estático para seleccionar y valorar inversiones. Defínelo.

El plazo de recuperación es un método estático para seleccionar y valorar inversiones, esto es, que ignora la variable tiempo. Consiste en calcular el número de períodos en los que se generan los flujos de caja necesarios para igualar el desembolso total.

- 2 a) En *INSEGURO S.L.*, una empresa que fabrica diez productos diferentes, no saben si el alquiler del local, los sueldos de los directivos, las materias primas y la luz eléctrica pueden considerarse costes directos o costes indirectos. Respóndele para cada caso, justificando tu respuesta.

El alquiler del local, los sueldos de los directivos y la luz eléctrica son costes indirectos, esto es, costes comunes a varios productos o secciones, de tal forma que es difícil asignar cuotas de los mismos a cada producto o sección.

Las materias primas son costes directos, pues pueden imputarse de forma directa y proporcional a un producto concreto.

b) La empresa *ESTILOSOS* fabrica y distribuye prendas de vestir muy diferentes en distintos grupos de población: adolescentes, jóvenes, adultos y mayores. ¿Qué estrategia de segmentación ha llevado a cabo? ¿Qué variable ha utilizado para segmentar el mercado?

Se trate de una estrategia de segmentación diferenciada, que consiste en ofrecer productos adaptados a las necesidades de cada uno de los distintos segmentos objetivo, utilizando también de modo distinto los instrumentos comerciales.

El mercado se ha segmentado de acuerdo con una variable demográfica: la edad.



- 3 Los hermanos Pleito acaban de poner en marcha el despacho *PLEITOSOS*, donde ejercerán la profesión de abogados. ¿Qué tipo de empresa es *PLEITOSOS* desde la perspectiva de la naturaleza de la actividad que desarrolla? ¿Qué caracteriza a este tipo de empresas?

***PLEITOSOS* es una empresa del sector terciario. Este está compuesto por empresas de servicios, cuyo componente esencial es la actividad y el trabajo de las personas.**

- 4 La empresa *PASAPURÉ S.A.* incluye entre sus actividades la venta de muebles desmontables y la fabricación y distribución de vinos, por citar solamente sus actividades más relevantes. ¿Es la de la empresa *PASAPURÉ S.A.* una estrategia de especialización o de diversificación? Justifica tu respuesta. Pon un ejemplo con una estrategia alternativa a la de *PASAPURÉ S.A.*

***PASAPURÉ S.A.* sigue una estrategia de diversificación, pues ha crecido comercializando distintos tipos de productos. Una estrategia de especialización sería, por ejemplo, la empresa *VINOSA*, que se dedica solo a la elaboración de vinos.**

- 5 Cita dos de los objetivos principales del departamento de recursos humanos.
(Cualesquiera otros objetivos adecuados para un departamento de recursos humanos será valorado positivamente)

Seleccionar y formar a cada trabajador para el puesto más adecuado a sus características y aptitudes.

Integrar al trabajador en la organización y tratar de que coincidan en lo posible su beneficio particular y el general de la empresa.

Reclutar

Diseño de planes de carrera y promoción profesional

Formar

Evaluar el desempeño

Tareas de administración de personal (nóminas, seguros sociales...)

Negociar las relaciones laborales

Actuaciones para la prevención de riesgos laborales

Mejorar el clima laboral y la motivación