

Opción A

A.1.(1 punto) Defina cuáles son las dos masas patrimoniales que forman parte del Activo de un Balance de Situación (0,5 puntos). Cite dos ejemplos de cada una de estas masas (0,25 puntos). Para una empresa dedicada a la fabricación y venta de muebles de oficina, ¿qué tipo de activo son los muebles de oficina? (0,25 puntos).

El activo de una empresa está formado por los recursos y bienes tanto a largo plazo como a corto plazo.

En primer lugar, el activo no corriente está formado por sus bienes a largo plazo. De esto se comprenden los inmovilizados materiales e inmateriales. El inmovilizado material se forma por todos esos recursos y bienes tangibles para la empresa (mobiliario, elementos de transporte, equipos informáticos...). El inmovilizado inmaterial, por otro lado, se forma por los recursos no tangibles (patentes, marcas, software...).

Por otro lado, el activo corriente se forma por los recursos y bienes a corto plazo para la empresa. Estos bienes se dividen en existencias (mercadería, almacén...); todas las operaciones pendientes de cobro de clientes, deudores, hacienda pública como deudora... Y el disponible, repartido en el dinero en caja, banco, cuentas corrientes...

Los muebles de oficina de esta empresa en cuestión pertenecen a sus existencias dentro del activo corriente.

A.2.(1 punto) De los siguientes supuestos del comportamiento humano, indique cuáles se refieren a la teoría X y cuáles a la teoría Y (McGregor): Consideran el trabajo una fuente de satisfacción (0,25 puntos). Tienen poca ambición (0,25 puntos). Les gusta asumir responsabilidades (0,25 puntos). Se resisten a los cambios (0,25 puntos).

Teoría X: tienen poca ambición, se resisten a cambios.

Teoría Y: consideran el trabajo fuente de satisfacción, les gusta asumir responsabilidades.

A.3.(2 puntos) Defina la autofinanciación o financiación interna (0,5 puntos). Cite y explique dos tipos de autofinanciación (0,5 puntos). Defina las reservas e indique si pueden considerarse autofinanciación (0,5 puntos). Defina las aportaciones de capital por parte de los socios, ¿son autofinanciación? (0,5 puntos).

La financiación interna es la que surge por la propia actividad de la empresa.

Existen dos tipos de autofinanciación: La de **mantenimiento**: busca que se mantenga la capacidad productiva de la empresa. Estaría formada por: Las **amortizaciones**: pérdida de valor de los activos de una empresa por el paso del tiempo, su uso, o su obsolescencia.

Las **provisiones**: consiste en conservar unos recursos por haber contraído una obligación con el fin de guardarlos hasta que se pague dicha obligación.

La de **enriquecimiento**: busca aumentar la capacidad productiva de la empresa. Estaría formada por los beneficios no distribuidos destinados a **reservas**. Existen tres tipos de reserva:

- La legal: obligatoria por ley, se exige destinar al menos el 10% del beneficio de cada año.
- La estatutaria: dependerá de lo acordado en los estatutos de la empresa.
- Las voluntarias: son aquellas que se deciden de forma voluntaria.

- Las especiales: si la ley obliga a que se deban establecer unas determinadas reservas por alguna causa concreta.

Las reservas, por lo tanto sí pueden considerarse autofinanciación porque exigen una autofinanciación por parte de la empresa ante cualquier eventualidad derivada del ejercicio y actividad empresarial. Respecto al capital aportado por los socios, también ha de ser catalogada como autofinanciación porque la fundación de la propia empresa depende en gran medida del capital social.

A.4.(2 puntos) Explique en qué consiste el análisis DAFO (1 punto). Indique cuáles de los siguientes factores del negocio de la cafetería de un instituto constituyen una debilidad, una fortaleza, una amenaza o una oportunidad en el análisis DAFO: prohibición del instituto de salir a la calle durante el recreo a los estudiantes de la ESO; apertura de una cafetería “low-cost” en la misma calle; una sola persona atendiendo a estudiantes durante el recreo; nueva legislación para que se pueda prolongar la jornada escolar en la ESO (1 punto).

Es la manera de representar cuáles son los puntos fuertes y débiles de una empresa, así como qué tipo de amenazas y oportunidades se pueden encontrar en su salida a mercado. Tiene como finalidad hacer un análisis del mercado para así adoptar unas estrategias efectivas en base a las fortalezas y debilidades, teniendo como referencia en todo momento qué oportunidades y amenazas puedan surgir del propio mercado.

Debilidad: una sola persona atendiendo a los estudiantes durante el recreo

Fortaleza: prohibición del instituto de salir a la calle durante el recreo a los estudiantes de la ESO.

Amenaza: apertura de una cafetería low-cost en la misma calle.

Oportunidad: nueva legislación para que se pueda prolongar la jornada escolar de la ESO.

A.5. (2 puntos) La empresa “PRESTART” se dedica a la fabricación de material sanitario y botiquines de primeros auxilios utilizando material de gran calidad y con acabados perfectos. Durante el último ejercicio económico ha vendido un total de 36.750 botiquines de primeros auxilios a un precio de 37,5 euros. Asimismo, se ha obtenido la siguiente información: Materias primas: 19,50 €/ud; gastos de personal anuales: 325.000 €; gastos financieros anuales: 40.500 €; activo total: 725.000 €; fondos propios: 522.300 €.

Teniendo en cuenta la información anterior, se pide:

- a). Calcule el resultado del ejercicio, sabiendo que el impuesto sobre beneficios es del 25% (0,5puntos).

Resultado del ejercicio:

Ingresos de explotación	36.750 botiquines*37,5 €= 1.378.125
Gastos de material primas	36.750 botiquines *19,50 €= (716.625)
Gastos de personal	(325.000)
Resultado de explotación	336.500
Gastos financieros (intereses)	(40.500)
Resultado antes de impuestos	296.000
Impuesto sobre beneficios (25%)	296.000*0,25= (74.000)
Resultado del ejercicio	222.000

- b). Calcule e interprete la rentabilidad económica de la empresa (0,75 puntos).

Rentabilidad económica: Resultado de explotación (Beneficio antes de intereses e

impuestos,BAII)/Activo total

Rentabilidad económica = $336.500/725.000 = 0,4641 = 46,41\%$. Por cada 100 euros invertidos en esta empresa, se obtienen 46,41 euros de beneficio antes de intereses e impuestos.

c). Calcule e interprete la rentabilidad financiera de la empresa (0,75 puntos).

Rentabilidad financiera: Beneficio neto (resultado del ejercicio)/Fondos propios (o patrimonio neto)

Rentabilidad financiera: $222.000/522.300 = 0,425 = 42,5\%$

Por cada cien euros de fondos propios, se obtienen 42,5 euros de beneficio neto

A.6. (2 puntos) La empresa “YZM” se dedica a la comercialización de botellas de vino tinto y blanco. Las operaciones que ha realizado de vino tinto son: Existencias iniciales formadas por 2.000 botellas a 2€ la unidad. El 31 de enero compra 5.000 botellas a 3€ la unidad. El 15 de mayo compra 7.000 botellas a 4€ la unidad. El 31 de diciembre vende 12.000 botellas a 10€ la unidad. Por su parte, las operaciones de vino blanco que ha realizado durante el año son: Existencias iniciales formadas por 1.000 botellas a 2€ la unidad; el 15 de febrero compra 5.000 botellas a 5€ la unidad; el 1 de julio compra 4.000 botellas a 8€ la unidad. El 31 de diciembre vende 9.000 botellas a 10€ la unidad. Teniendo en cuenta la información anterior, se pide:

- Calcule el valor de las existencias finales de las botellas de vino tinto a 31 de diciembre, según el método FIFO (1 punto)
- Calcule el valor de las existencias finales de las botellas de vino blanco a 31 de diciembre según el método del Precio Medio Ponderado (PMP) (1 punto)

a) Valoración existencias finales de las botellas de vino tinto: FIFO

Fecha	Entradas	Salidas	Existencias finales
Existencias iniciales	$2.000 \times 2 = 4.000€$		
Compra 31/01	$5.000 \times 3 = 15.000€$		
Compra 15/05	$7.000 \times 4 = 28.000€$		
Ventas		$2.000 \times 2 + 5.000 \times 3 + 5.000 \times 4 = 39.000€$	
Existencias finales			$2.000 \times 4 = 8.000€$

b) Valoración existencias finales de las botellas de vino blanco: PMP

Fecha	Entradas	Salidas	Existencias finales
Existencias iniciales	$1.000 \times 2 = 2.000€$		
Compra 15/02	$5.000 \times 5 = 25.000€$		
Compra 01/07	$4.000 \times 8 = 32.000€$		
Ventas		$9.000 \times 5,9 = 53.100€$	
Existencias finales			$1.000 \times 5,9 = 5.900€$

PMP: $(1.000 \times 2 + 5.000 \times 5 + 4.000 \times 8) / (1.000 + 5.000 + 4.000) = 5,9 €/\text{unidad}$

Opción B

B.1 Defina qué entendemos por bienes, derechos y obligaciones (0,75 puntos). Defina la masa patrimonial bajo la que se agrupan los bienes y derechos de las empresas (0,25 puntos).

Bienes: Son los objetos físicos que posee una empresa, por ejemplo, Dinero, Mercancías, Muebles, Maquinaria, etc.

Derechos: Son las deudas que otras personas tienen pendiente de pagar a la empresa y también pueden ser marcas, patentes, es decir el derecho de fabricación o utilización.

Obligaciones: Son las deudas actuales surgidas como consecuencia de sucesos pasados, cuya extinción es probable que dé lugar a una disminución de recursos que puedan producir beneficios o rendimientos económicos en el futuro. A estos efectos, se entienden incluidas las provisiones.

El Activo es el conjunto de bienes, derechos y otros recursos controlados económicamente por la empresa, resultantes de sucesos pasados, de los que es probable que la empresa obtenga beneficios económicos en el futuro.

El Patrimonio Neto es la parte residual de los Activos de la empresa, una vez deducidos todos sus Pasivos, es decir, es la diferencia entre el Activo y el Pasivo de la empresa. El Patrimonio Neto incluye las aportaciones realizadas, ya sea en el momento de su constitución o en otros posteriores, por sus socios o propietarios, que no tengan la consideración de pasivos, así como los resultados acumulados u otras variaciones que le afecten.

El Pasivo son las Obligaciones actuales surgidas como consecuencia de sucesos pasados, cuya extinción es probable que dé lugar a una disminución de recursos que puedan producir beneficios o rendimientos económicos en el futuro. A estos efectos, se entienden incluidas las Provisiones.

B.2 (1 punto) Explique qué es una empresa multinacional (0,5 puntos). Cite dos características diferenciales respecto a una pequeña empresa local (0,5 puntos).

Las multinacionales son empresas que desarrollan su actividad económica en dos o más países. Por su tamaño son empresas más grandes que las locales en cuanto a inversión en I+D+I y tienen una mayor capacidad financiera. A diferencia de las locales hay una matriz que dirige, controla y planifica las filiales.

B.3 (2 puntos) Las empresas realizan investigaciones para conocer sus mercados, cuyo objetivo es buscar información primaria y/o secundaria. ¿Cuál es la diferencia entre la información primaria y la secundaria? (0,5 puntos). Cite y explique, al menos, tres métodos de obtención de información primaria (1,5 puntos).

Información primaria consiste en recoger datos a partir de **encuestas, entrevistas, experimentos...**; mientras que la información secundaria consiste en obtenerlos mediante la utilización de información ya existente recogida a través de bases de datos, informes...

B.4 (2 puntos) Defina el concepto de productividad (1 punto). Identifique qué indicador se emplea habitualmente para medir la productividad del factor trabajo y fórmúlelo (0,5 puntos). Cite dos factores que determinen una mejora de la productividad global de la empresa (0,5 puntos).

Es un indicador que permite a la empresa medir su eficiencia. La productividad del trabajo relaciona la producción obtenida con el número de trabajadores y las horas trabajadas.

$$P_L = \frac{Q}{L \times H_L \times n^{\circ} \text{ días}}$$

La inversión en bienes de capital o las mejoras en el capital humano son dos factores que pueden determinar una mejora de la productividad.

B.5 (2 puntos) En el mercado de la moda, las prendas reacondicionadas de la empresa “2ND LIFE CLOTHES” han tenido una extraordinaria respuesta de las cadenas generalistas de distribución textil del país. La empresa ha aportado la siguiente información sobre su ciclo de explotación del pasado año:

- La rotación de materias primas en almacén ha tenido lugar a lo largo del año 10 veces, en tanto que la rotación de productos en fabricación se ha producido 20 veces durante el año.
- Las ventas anuales de productos terminados, valoradas a precio de coste, han reflejado un importe de 500.000 € y el nivel medio de existencias de productos terminados en los almacenes de la empresa ha sido de 20.000 €.
- La venta de los productos terminados a precio de venta al cliente ascendió a 720.000 €, mientras que el valor medio del saldo de créditos a clientes fue de 30.000 €.
- La empresa paga a sus proveedores a 30 días, por las materias primas adquiridas. Teniendo en cuenta la información anterior, y para un año natural de 365 días, se pide:
 - a) Defina (0,25 puntos) y calcule el periodo medio de maduración económico, detallando cada una de las fases en que se divide (1,25 puntos).
 - b) Defina (0,25 puntos) y calcule el periodo medio de maduración financiero (0,25 puntos).

a) El periodo medio de maduración económico (PMME) es el tiempo que transcurre desde que la empresa invierte en materias primas hasta que lo recupera con el cobro a clientes. Se divide en 4 subperiodos:

- PM Aprovisionamiento: $PMA = 365 / \text{Rotación de materias primas}$. Conocemos, por la información proporcionada, el número de veces que rota el almacén de materias primas: 10 veces. Por tanto, el $PMA = 365 / 10 = 36,50$ días de media que permanecen las materias primas almacenadas hasta incorporarse al proceso de fabricación.
- PM Fabricación: $PMF = 365 / \text{Rotación de productos en fabricación}$. Conocemos también el número de veces que rota el almacén de productos en fabricación en un año: 20 veces. Así, el $PMF = 365 / 20 = 18,25$ días tarda la empresa en fabricar los productos.
- PM Venta: $PMV = 365 / \text{Rotación de productos terminados}$, siendo ésta = venta de productos terminados a precio de coste / saldo medio de las existencias de productos terminados en almacén. En nuestro caso $\text{Rotación de productos terminados} = 500.000 / 20.000 = 25$ veces. Por ello, $PMV = 365 / 25 = 14,60$ días tarda la empresa en vender sus productos.
- PM Cobro a Clientes: $PMC = 365 / \text{Rotación de clientes}$, siendo ésta = venta de productos terminados a precio de venta / saldo medio de los créditos a clientes. En nuestro caso

$\text{Rotación de clientes} = 720.000 / 30.000 = 24$. $PMC = 365 / 24 = 15,21$ días tarda en cobrar a sus clientes desde que ha efectuado la venta de sus productos.

Por ello, el $PMME = PMA + PMF + PMV + PMC = 36,50 + 18,25 + 14,60 + 15,21 = 84,56$ días han transcurrido desde que la empresa ha adquirido las materias primas hasta que ha cobrado a sus clientes por la venta a crédito de las prendas reacondicionadas.

b) El periodo medio de maduración financiero (PMMF) es el tiempo transcurrido desde que la empresa ha pagado las materias primas adquiridas a sus proveedores hasta que cobra a sus clientes. La diferencia con el PMME está en el periodo transcurrido entre la adquisición de las materias primas a crédito y el pago por éstas a los proveedores.

Conocemos el $PMME = 84,56$ días. También sabemos que el Periodo Medio de Pago a los proveedores (PMP) es de 30 días. Calculamos así el $PMMF = PMME - PMP = 84,56 - 30 = 54,56$ días.

B.6 (2 puntos) La empresa “BOLSITA”, dedicada a la fabricación de bolígrafos, recibe un pedido de 8000 bolígrafos de una empresa financiera que quiere regalárselos a sus mejores clientes en una campaña de fidelización. Los bolígrafos deberán ir en unas cajas especiales de madera, con el logotipo de la empresa financiera incrustado en ellas. Una empresa de embalajes ofrece a la empresa “BOLSITA” estas cajas completas por 4 euros cada unidad, mientras que si la realiza directamente “BOLSITA”, sus costes serían 1 euro por cada logotipo y 1 euro por cada caja de madera, además de unos costes fijos de 20.000 euros. Teniendo en cuenta la información anterior, se pide:

- ¿Le interesa a “BOLSITA” fabricar las cajas con el logotipo? Justifique su respuesta (0,5 puntos).
- ¿A partir de cuántas unidades le interesaría fabricarlas? (0,5 puntos).
- La empresa financiera decide aumentar el pedido a 12.000 bolígrafos en caja con logotipo. Al haber aumentado el número de bolígrafos encargados, “BOLSITA” intenta negociar con la empresa de embalajes una rebaja en su precio. ¿Qué nuevo precio sería aceptable para que “BOLSITA” comprase la caja con el logotipo en vez de fabricarla? (0,5 puntos).
- La empresa de embalajes no quiere rebajar el precio por unidad, pero propone cobrarle una cantidad fija al año de 50.000 euros independientemente de las cajas que le encargue. Si “BOLSITA” estima que la empresa financiera volverá a aumentar su pedido y llegará a 20.000 bolígrafos al año, ¿le interesa aceptar la propuesta? Justifique su respuesta (0,5 puntos).

a) No le interesa fabricar las cajas a la empresa “BOLSITA”, porque el coste de comprar las 8.000 cajas que necesita ($8.000 \times 4\text{€}/\text{ud} = 32.000\text{€}$) es menor que el coste de fabricarlas:

$$CF = 20.000\text{€}$$

$$CV = 2\text{€ por unidad}$$

$$CT = 20.000 + 2 \times 8.000 = 36.000\text{€} \quad b) \quad 4q = 20.000 + 2q$$

$$q = 10.000$$

A partir de 10.000 cajas le interesa fabricarlas, en lugar de comprarlas a la empresa de embalajes.

$$c) \quad 12.000P < 20.000 + 2 \times 12.000 \quad P < 3,67$$

Para cualquier precio inferior a 3,67 euros, le interesaría pagar por la compra en lugar de fabricar.

d) Sí le interesa la nueva propuesta porque es menor que los costes totales de fabricar esas 20.000 cajas.

$$50.000 < 20.000 + 2 \times 20.000$$

$$50.000 < 60.000$$