

SOLUCIONARIO DEL EXAMEN DE JUNIO 2010 – OPCIÓN A

PREGUNTAS TIPO TEST

1. En la constitución de una sociedad anónima:

- a) Las aportaciones tienen que ser necesariamente en dinero.
- b) Hay que desembolsar totalmente el capital.
- c) Ninguna de las anteriores.

2. La tasa de rendimiento interno o tipo de rendimiento interno es:

- a) El tipo de actualización o descuento que hace máximo su valor actual neto.
- b) El tipo de actualización o descuento que hace el valor actual neto igual a cero.
- c) El tipo de actualización o descuento que hace el valor actual neto igual al desembolso inicial.

3. Una empresa puede variar su volumen de producción a corto plazo:

- a) Variando el tamaño de su planta.
- b) Variando la cantidad de algunos factores variables.
- c) Vendiendo parte de las instalaciones.

4. El plazo de recuperación o pay-back es:

- a) El tiempo promedio que tarda en recuperarse una unidad invertida en el ciclo de explotación.
- b) El tiempo promedio que tarda en recuperarse una unidad invertida en el ciclo de depreciación.
- c) El periodo de tiempo que tarda en recuperarse el desembolso inicial con los flujos de caja.

5. El coste se produce cuando:

- a) Se adquieren los factores de producción.
- b) Los factores comprados se consumen en la producción.
- c) Se pagan los factores de producción adquiridos.

6. Una empresa dedicada al cultivo de naranjas pertenece al sector:

- a) Primario.
- b) Secundario.
- c) Terciario.

7. El concepto de staff se refiere a:

- a) Un órgano ejecutivo de la estructura de la organización.
- b) Un órgano de asesoramiento de la estructura de la organización.
- c) Un órgano sindical permanente de la estructura de la organización.

8. La cuota de mercado de una empresa es:

- a) Es la parte de la demanda global de un mercado que abastece una empresa.
- b) El espacio físico que se le asigna a una empresa en un centro comercial.
- c) El volumen total de compras de una empresa.

9. ¿Qué estrategia lleva a cabo una empresa fabricante de leche que decide vender zumos?

- a) Diversificación vertical.
- b) Una fusión de empresas.
- c) Diversificación horizontal.

10. El factoring consiste básicamente en:

- a) La emisión de acciones bajo la par.
- b) El arrendamiento con opción de compra.
- c) La venta de unos derechos de cobro sobre los clientes a otra empresa.

Respuestas:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
c	b	b	c	b	a	b	a	c	c

CUESTIONES TEÓRICAS

1. Describa al menos tres fuentes de financiación ajena a corto plazo.

- **El crédito comercial.** Es la financiación automática que consigue la empresa cuando deja a deber las compras que realiza a los proveedores. La empresa puede trabajar con los diferentes materiales y suministros adquiridos, lo que implica una financiación para la empresa durante el tiempo que tarde en pagar facturas. Si el proveedor no hace ningún descuento por pagar al contado, esta financiación será gratuita.
- **El descuento de efectos.** Antes de su vencimiento, las deudas de clientes documentadas en letras pueden cederse a una entidad financiera, que anticipará su importe en cuenta una vez deducidas ciertas cantidades en concepto de comisiones e intereses. Al interés que el banco cobra por anticipar ese importe antes de su vencimiento se le llama descuento, y es lo que le da nombre al conjunto de la operación. No obstante, si la letra resultara impagada, el banco cargará el mencionado importe, además de los gastos de devolución, en la cuenta de la empresa, pues esta responde en todo momento ante el banco de la solvencia de sus clientes.
- **Factoring.** Es otra forma de financiación empresarial que consiste en la venta de todos los derechos de crédito sobre clientes (facturas, letras) a una empresa denominada factor, la cual proporciona a la empresa una liquidez inmediata, y le evita el problema de los impagados y morosos, ya que, a diferencia de la modalidad de descuento, la empresa no responde del impago de sus clientes. El inconveniente de esta modalidad es el elevado coste de interés y comisión que implica.

2. La función de control.

La **función de control** permite regular o ajustar la actividad empresarial. Para ello, se observa y comprueba, en primer término, cómo responde la empresa a los objetivos planificados; después, se detectan posibles desviaciones respecto de lo planificado y se analizan sus causas, para, finalmente, corregir las desviaciones y suprimir los factores que obstaculizan el funcionamiento óptimo de la empresa.

Las fases por las que atraviesa la función de control son:

- 1) **Establecimiento de estándares de resultados** relativos a un periodo de tiempo. Estos estándares deben fijar metas evaluables en términos cuantitativos (unidades de producto, costes, ingresos, salarios, gastos financieros, etc.) y deben recoger todos los aspectos vitales para las empresas, recursos físicos y financieros, cuota de mercado, innovación, productividad, rentabilidad, motivación de los empleados, responsabilidad social, etc.
- 2) **Medición de resultados reales.** Para obtener estos datos, existe una gran variedad de procedimientos (reuniones, informes, análisis contables, etc.), dependiendo del tipo de información de que se trate. La efectividad del control se reduce si la información llega tarde o no es posible compararla con los estándares fijados.
- 3) **Comparación de resultados con estándares,** es decir, entre lo que es y lo que debería ser. Estas comparaciones han de realizarse con cierta periodicidad para detectar cualquier posible desviación. No obstante, se habla de desviaciones cuando los resultados difieren significativamente de lo planeado.
- 4) **Análisis de las diferencias.** Los motivos de las desviaciones pueden ser diversos: bien debidos a dificultades de organización, bien porque las decisiones no se han ejecutado como se había previsto, o bien por el propio plan (diseño de objetivos inalcanzables), lo cual obligaría a revisar la planificación. También es frecuente que se detecte la falta de personal o de medios para cumplir las previsiones, etc. En algunos casos, las diferencias se deben a hechos fortuitos y poco frecuentes (mal tiempo, aumento del coste de las materias primas, etc.), en cuyo caso no es preciso tomar ninguna medida.
- 5) **Corrección de las desviaciones.** No basta con identificarlas si después no se hace nada para corregirlas. Pero no necesariamente todas las desviaciones han de ser negativas; cuando las diferencias son positivas respecto a lo previsto, se supone que todo va bien. Si son negativas y superan los límites admisibles, se deben tomar medidas. Para su corrección, en función de la causa, podrán introducirse: más recursos, cambio de tareas, revisión de planes o de metas, la utilización de asesorías adicionales o un plan de formación especial, el desarrollo de una mejor dirección o liderazgo, etc.

PROBLEMAS

1. Se sabe que en la empresa X, para obtener una producción de 14.000 unidades, se necesitan 10 trabajadores a jornada completa (ocho horas) durante 19 días; mientras que en la empresa Y, para obtener esa misma producción y trabajando también a jornada completa se necesitan 7 trabajadores durante 20 días.

- a) ¿Cuál es la productividad de ambas empresas respecto al factor trabajo?
b) Calcula la diferencia entre ambas empresas en términos porcentuales.

a)

$$P_L(A) = \frac{Q}{L} = \frac{14.000}{10 \cdot 8 \cdot 19} = 9,21 \text{ u/h}$$

$$P_L(B) = \frac{14.000}{7 \cdot 8 \cdot 20} = 12,5 \text{ u/h}$$

b)

$$\text{Diferencia productividad} = \frac{P_Y - P_X}{P_X} \cdot 100 = \frac{12,5 - 9,21}{9,21} \cdot 100 = 35,72\%$$

2. Una empresa dispone de 10.000 € para llevar a cabo un proyecto de inversión. Dispone de dos posibles alternativas definidas por los siguientes parámetros:

	Desembolso inicial	Flujo de caja año 1	Flujo de caja año 2	Flujo de caja año 3
Proyecto A	10.000	9.000	-	4.000
Proyecto B	10.000	-	7.000	7.000

Determine qué alternativa es más aconsejable según el valor actualizado neto. Considere una tasa de actualización del 9%. Explique el significado de los valores obtenidos.

$$VAN_A = -10.000 + \frac{9.000}{1,09} + 0 + \frac{4.000}{1,09^3} = 1.345,61 \text{ €}$$

$$VAN_B = -10.000 + 0 + \frac{7.000}{1,09^2} + \frac{7.000}{1,09^3} = 1.297,04 \text{ €}$$

Ambos resultados son positivos por lo que los dos proyectos son viables. Como tenemos que elegir uno, lógicamente será el que mayor rentabilidad (en términos absolutos netos) ofrezca, en nuestro caso, el proyecto A.

SOLUCIONARIO DEL EXAMEN DE JUNIO 2010 – OPCIÓN B

PREGUNTAS TIPO TEST

1. La productividad de un factor en un periodo de tiempo se expresa como:

- a) La relación entre el coste de fabricación de un producto y su precio de venta.
- b) La relación entre el volumen de producción de un producto y las unidades de factor empleadas para producirlo.
- c) El número de unidades de producto fabricado por una empresa a lo largo de ese periodo.

2. La etapa del ciclo de vida del producto en la que las ventas se estabilizan se denomina:

- a) Crecimiento.
- b) Declive.
- c) Madurez.

3. El principio de unidad de mando establece que:

- a) Se debe desarrollar un solo programa cuando las operaciones tienen un único fin.
- b) Existe una escala jerárquica que delimita quién ejerce la autoridad.
- c) Una persona sólo debe recibir órdenes de un jefe.

4. Los objetivos estratégicos y tácticos de una empresa se diferencian, entre otros rasgos, en los siguientes:

- a) En que los primeros se plantean a medio y largo plazo y los segundos a corto.
- b) En que los primeros se plantean a corto plazo y los segundos a medio y largo plazo.
- c) Ninguna de las respuestas anteriores es cierta.

5. Una patente:

- a) Concede un derecho de explotación exclusiva a quien haya realizado un nuevo invento susceptible de aplicación industrial.
- b) Es una característica de un producto.
- c) Ninguna de las anteriores es correcta.

6. Las acciones se dividen atendiendo a su titularidad en:

- a) Ordinarias y privilegiadas.
- b) Nominativas y al portador.
- c) En títulos y en anotaciones en cuenta.

7. Las reservas constituyen una fuente de financiación:

- a) Interna.
- b) Propia.
- c) Las dos interiores son correctas.

8. ¿Qué es la ruptura de stock?

- a) Nivel de stock en el que se produce un nuevo pedido.
- b) Agotamiento de las existencias para atender pedidos.
- c) Ninguna de las anteriores es correcta.

9. Taylor defiende:

- a) La organización científica del trabajo.
- b) Mejorar las condiciones laborales de los trabajadores.
- c) La motivación de los trabajadores.

10. ¿Qué es el valor nominal de una acción?

- a) El número que tiene la acción.
- b) El nombre que tiene impreso el título.
- c) El valor otorgado a cada acción en el título o anotación en cuenta.

Respuestas:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
b	c	c	c	a	b	c	b	a	c

CUESTIONES TEÓRICAS

1. Clasificación de las empresas según su tamaño.

Las empresas pueden clasificarse según su tamaño en grandes, pequeñas o medianas. Hay diversos criterios para realizar esta clasificación. Algunos de ellos son:

- Criterio económico. Es el volumen de facturación, es decir, los ingresos obtenidos por las ventas.
- Criterio técnico. Es el nivel tecnológico: la innovación del capital.
- Criterio patrimonial. Es el patrimonio que tiene: bienes, derechos y obligaciones.
- Criterio organizativo. Se refiere al número de trabajadores de la empresa y a su organización.

A pesar de estos criterios, no existe un tamaño fijo, aceptado por todos, para establecer la clasificación. Normalmente el criterio más utilizado es el organizativo, referente al número de trabajadores.

VALORES DE LOS CRITERIOS QUE DELIMITAN EL TAMAÑO DE LAS EMPRESAS			
Dimensión	Nº trabajadores	Volumen de facturación anual	Total activo
Microempresa	0 – 9	≤ 2 millones €	≤ 2 millones €
Pequeñas empresas	10 – 49	≤ 10 millones €	≤ 10 millones €
Medianas empresas	50 – 249	≤ 50 millones €	≤ 43 millones €
Empresas grandes	Más de 250	> 50 millones €	> 43 millones €

2. ¿Qué es la publicidad?

La publicidad es una forma de comunicación de carácter impersonal, masiva y pagada por la empresa, que utiliza los medios de comunicación de masas para transmitir mensajes que promocionen sus productos y marcas.

La publicidad se desarrolla a través de distintos soportes (anuncios en televisión y en la radio, inserciones en periódicos y revistas, Internet,...), lo que permite su adaptación a distintos colectivos. Es, sin duda, el instrumento más adecuado para llegar a un público masivo. Tiene como inconveniente su elevado coste, aunque también es cierto que su diversidad de soportes permite ajustar la campaña publicitaria a distintos presupuestos.

El mensaje publicitario debe diseñarse de tal modo que suscite la atención de la audiencia, despierte su interés y deseo por aquello que se comunica y, en consecuencia, se genere en el receptor la acción esperada. Además, el mensaje debe ser creíble porque, si fuera exagerado o engañoso, podría originar reacciones contrarias a las esperadas.

Un ejemplo concreto de publicidad es el merchandising. El merchandising es la publicidad realizada en el punto de venta mediante carteles, pancartas, folletos,... Favorece el impulso de compra pero puede crear saturación.

PROBLEMAS

1. Una empresa dedicada a la fabricación de material plástico para la industria de envases, bolsas, etc., tiene prevista una producción para el año 2001 de 3.500 m^3 de plástico. Sus costes fijos anuales previstos son de 270.000 u.m. y el precio de venta y coste variable medio de fabricación de cada metro cúbico son, respectivamente, de 225 u.m. y 90 u.m.

Se quiere calcular:

- El punto muerto.
- El momento del año en el que se obtendrá, supuesto un ritmo de actividad uniforme.
- Los beneficios que la empresa prevé obtener en el supuesto de que se cumpla el programa de operaciones previsto.

$$a) \quad q^* = \frac{CF}{P - CV_u} = \frac{270.000}{225 - 90} = 2.000 \text{ u}$$

$$b) \quad \begin{array}{rcl} 3.500 \text{ u} & \text{-----} & 12 \text{ meses} \\ 2.000 \text{ u} & \text{-----} & x \\ & & x = 6,857 \end{array} \quad \begin{array}{l} \text{La empresa necesitará casi 7 meses para vender} \\ \text{el número de unidades que le permite cubrir sus} \\ \text{costes, es decir, lo hará a finales del mes de} \\ \text{julio.} \end{array}$$

$$c) \quad B^0 = IT - CT = 787.500 - 585.000 = 202.500 \text{ €}$$

$$IT = P \cdot Q = 225 \cdot 3.500 = 787.500 \text{ €}$$

$$CT = CF + CV_u \cdot Q = 270.000 + 90 \cdot 3.500 = 585.000 \text{ €}$$

2. Realice el balance ordenado por masas patrimoniales de la empresa "Loyros" a partir de las cuentas expresadas en euros en la siguiente tabla:

Efectos a pagar a corto plazo	2.000	Caja, euros	800
Deudas a largo plazo	500	Proveedores	3.000
Reservas estatutarias	1.000	Construcciones	4.110
Capital	2.000	Productos terminados	2.700
Amort. acum. Inmov. Material	110	Clientes	1.000

Por otro lado, calcule el fondo de maniobra, así como el ratio de liquidez (activo corriente / pasivo corriente). Comente los resultados anteriores.

ACTIVO		PATRIMONIO NETO Y PASIVO	
ACTIVO NO CORRIENTE		PATRIMONIO NETO	
Inmov. Inmaterial		Capital	2.000
		Reservas estatutarias	1.000
Inmov. Material		PASIVO NO CORRIENTE	
Construcciones	4.110	Deudas a largo plazo	500
Inmov. Financiero			
(AAI)	(110)	PASIVO CORRIENTE	
ACTIVO CORRIENTE		Efectos a pagar c/p	2.000
Existencias		Proveedores	3.000
Productos terminados	2.700		
Realizable			
Clientes	1.000		
Disponible			
Disponible	800		
TOTAL ACTIVO:	8.500	TOTAL PN+PASIVO:	8.500

$$FM = AC - PC = 4.500 - 5.000 = - 500$$

$$FM = (PN + PNC) - ANC = 3.500 - 4.000 = - 500$$

$$\text{Ratio liquidez} = \frac{AC}{PC} = \frac{4.500}{5.000} = 0,9$$

Tanto el fondo de maniobra como el ratio de liquidez muestran el mismo problema. La empresa se encuentra en suspensión de pagos, no es capaz de hacer frente a sus deudas a corto plazo.