



PRUEBAS DE ACCESO A LA UNIVERSIDAD

Junio 2011

ECONOMÍA DE LA EMPRESA. CÓDIGO 147

INSTRUCCIONES

1. Lea todas las cuestiones cuidadosamente.
2. Elija la opción (A o B) para la que considere que se encuentra mejor preparado/a y **conteste únicamente a las cuestiones de la opción que haya elegido**
3. Exprésese con la mayor claridad posible.
4. Preste mucha atención para no cometer faltas de ortografía.

OPCIÓN A

1. El empresario según Schumpeter (1p)
2. Principales ideas de la teoría expuesta por Fayol (1p)
3. Fundamentos de la teoría de la motivación/higiene de Herzberg (1 p)
4. Variables del marketing mix: la promoción (1 p)
5. Las cuentas anuales: el balance (1 p)
6. Hay negocios sin glamour, pero muy rentables. Uno de ellos es el de envoltorios artificiales para la industria cárnica; se trata de ese plástico que cubre desde las salchichas más básicas hasta los embutidos más exclusivos. Este sector tiene un líder mundial español: Viscofan. Los beneficios de esta empresa han crecido un 159% entre 2006 y 2010, y sus acciones han duplicado su valor en el mismo período. La expansión de esta empresa -de tamaño mayor al de sus tres principales rivales juntos- se ha basado tanto en un crecimiento interno como en la adquisición de empresas rivales.

El éxito se debe, en palabras del presidente de la corporación, al trabajo disciplinado y a la apuesta por la I+D, por un lado; y al aumento de productos cárnicos en la dieta de la población por el desarrollo de los países emergentes, así como a la sustitución de la tripa natural por artificial, por otro.

En la actualidad la empresa vende sus productos en más de 120 países y cuenta con fábricas en España, Alemania, República Checa, Serbia, Estados Unidos, México y Brasil. Además, en 2010 abrió una fábrica en China.

Como consecuencia de su internacionalización, la empresa se encuentra expuesta a las fluctuaciones de las cotizaciones de las divisas y a la variación de los precios de las materias primas, los cuales se han visto sometidos a importantes tensiones en los últimos tiempos.

El negocio de envolturas aporta a Viscofan el 84% de sus ingresos. Además, a través de su filiar IAN, el grupo produce y comercializa conservas vegetales.

Adaptado de El Confidencial 10/04/2011

A partir de la información mostrada en el texto conteste las siguientes preguntas:

- a) ¿Qué ventajas puede suponer la internacionalización para esta empresa? (0,7 p)
- b) ¿Cree que esta empresa está diversificada? Razone (0,6 p)
- c) De qué otra forma podría haber crecido la empresa (0,6p)
- d) Qué factores influyen en la localización de una empresa. Qué factor o factores podrían explicar las localizaciones de esta empresa? (0,6p)

7. La sociedad PUBLIEMPRESA se dedica a la venta de camisetas con publicidad. El volumen de negocio actual es de 10.000 camisetas/mes. El precio de venta de las camisetas es de 4 euros. Cada camiseta cuesta a la empresa 2,5 euros. La empresa ha de hacer frente cada mes los siguientes gastos: alquiler 1.500 euros; personal administrativo 4.000 euros; luz, teléfono, ... 500 euros; finalmente, los gastos de estampado y distribución se estiman en 0,5 euros por camiseta.

- Cuántas camisetas debe vender para cubrir costes? (0,5p)
- Represente gráficamente las funciones de costes, ingresos y las áreas de beneficios y pérdidas (0,5p)
- Cuál sería el beneficio de la empresa si las ventas superaran el punto muerto en 2.000 camisetas (0,5p)
- ¿Cuánto dinero ganaría la empresa si las ventas mensuales fueran de 30.000 euros? (0,5p)
- En la actualidad la empresa tiene una capacidad ociosa de 2.000 camisetas al mes (tiene capacidad para estampar y distribuir 2.000 camisetas más) ¿Le interesaría vender esas 2.000 camisetas a un precio de 3,5 euros la unidad? Razone (0,5p)

OPCIÓN B

- Defina el entorno general y las variables más relevantes para su estudio (1 p)
- La agrupación funcional (1 p)
- Variables del marketing mix: el producto (1p)
- La cuenta de pérdidas y ganancias (1p)
- El plan de empresa. Concepto y contenidos principales (1p)
- A un inversor se le presentan los proyectos cuyos flujos de caja se reflejan en la tabla siguiente (datos en euros):

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Proyecto A	-50.000	10.000	10.000	30.000	30.000	30.000
Proyecto B	-50.000	30.000	20.000	5.000	5.000	5.000
Proyecto C	-50.000	10.000	30.000	10.000	30.000	30.000

- Defina qué se entiende por período de recuperación de una inversión (0,5p)
- Qué proyecto deberá escoger según el criterio del período de recuperación? (0,5p)
- Tiene algún problema dicha elección? (0,5p)
- Plantee la expresión del valor actual neto (VAN) del proyecto elegido (0,5p)
- Considere únicamente los proyectos A y C ¿Cuál de ellos es más aconsejable según el criterio del valor actual neto? Razone (0,5p)

7. Dos empresas presentan los siguientes datos referidos a su volumen de ventas y estructura de costes (datos expresados en euros).

	Emp. A	Emp. B
Ventas	50.000	50.000
capital	20.000	10.000
mano obra	6.000	10.000
mat. primas	4.000	5.000
energía	5.000	4.000

- ¿Qué es la productividad? (0,3p) ¿Cómo se calcula? (0,2p) ¿Cómo se podría aumentar? (0,3p)
- ¿Cuál es la productividad de los factores en cada empresa? ¿y la productividad global de cada empresa? (1,2 p)
- ¿Cómo interpretaría los resultados obtenidos? (0,5p)



PRUEBAS DE ACCESO A LA UNIVERSIDAD

Junio 2011

ECONOMÍA DE LA EMPRESA. CÓDIGO 147

INSTRUCCIONES

1. Lea todas las cuestiones cuidadosamente.
2. Elija la opción (A o B) para la que considere que se encuentra mejor preparado/a y **conteste únicamente a las cuestiones de la opción que haya elegido**
3. Exprésese con la mayor claridad posible.
4. Preste mucha atención para no cometer faltas de ortografía.

OPCIÓN A

1. El empresario según Schumpeter (1p)
Empresario innovador. introducción de innovaciones, beneficio extraordinario, imitación, desaparición beneficio extraordinario, innovación.
2. Principales ideas de la teoría expuesta por Fayol (1p)
Obra: Principios de administración general (1916). Función administrativa es la más importante en la empresa. Engloba a todas las demás funciones. Comprende las siguientes subfunciones: planificación, organización, dirección, coordinación y control. Establece una serie de principios de administración (14 principios). Enfatiza en la unidad de mando y en la centralización. Fue el primero que se ocupó de esta función. No trabajos empíricos, no consideración del resto de funciones de la empresa.
3. Fundamentos de la teoría de la motivación/higiene de Herzberg (1p)
Herzberg trataba de averiguar cuáles eran los factores que hacían sentir especialmente bien o especialmente mal en el trabajo. Descubrió que los factores que se asociaban con la satisfacción no eran los mismos que los que se asociaban a la insatisfacción. Llegó a la conclusión de que satisfacción e insatisfacción no son extremos del mismo continuo, sino que se trata de conceptos totalmente diferentes.

Los factores asociados a la insatisfacción tienen que ver con el contexto del trabajo (salario, condiciones físicas, relaciones con el supervisor, etc.). Según Herzberg, estos factores nunca conducirán a la satisfacción del trabajador; a lo sumo conseguirán que no se sienta insatisfecho.
Por su parte los factores que se asocian a la satisfacción están relacionados con el contenido del trabajo (el trabajo en sí, logros, la asunción de responsabilidades, ...). En consecuencia, para motivar a los trabajadores debemos realizar una redefinición de los puestos de trabajo.
4. Variables del marketing mix: la promoción (1 p)
Función de marketing dirigida a informar sobre la existencia y características del producto o de la marca, y a resaltar la utilidad que proporciona y sus ventajas respecto a otros productos de la competencia. Todo ello con objeto de persuadir al cliente para que compre.
Publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas y venta personal o fuerza de ventas.
5. Las cuentas anuales: el balance (1 p)
Refleja la situación patrimonial de la empresa en un momento determinado del tiempo. El activo incluye los bienes y derechos de la empresa, mientras que en el pasivo se reflejan las obligaciones y los fondos propios.

6. Hay negocios sin glamour, pero muy rentables. Uno de ellos es el de envoltorios artificiales para la industria cárnica; se trata de ese plástico que cubre desde las salchichas más básicas hasta los embutidos más exclusivos. Este sector tiene un líder mundial español: Viscofan. Los beneficios de esta empresa han crecido un 159% entre 2006 y 2010, y sus acciones han duplicado su valor en el mismo período. La expansión de esta empresa -de tamaño mayor al de sus tres principales rivales juntos- se ha basado tanto en un crecimiento interno como en la adquisición de empresas rivales.

El éxito se debe, en palabras del presidente de la corporación, al trabajo disciplinado y a la apuesta por la I+D, por un lado; y al aumento de productos cárnicos en la dieta de la población por el desarrollo de los países emergentes, así como a la sustitución de la tripa natural por artificial, por otro.

En la actualidad la empresa vende sus productos en más de 120 países y cuenta con fábricas en España, Alemania, República Checa, Serbia, Estados Unidos, México y Brasil. Además, en 2010 abrió una fábrica en China.

Como consecuencia de su internacionalización, la empresa se encuentra expuesta a las fluctuaciones de las cotizaciones de las divisas y a la variación de los precios de las materias primas, los cuales se han visto sometidos a importantes tensiones en los últimos tiempos.

El negocio de envolturas aporta a Viscofan el 84% de sus ingresos. Además, a través de su filiar IAN, el grupo produce y comercializa conservas vegetales.

Adaptado de El Confidencial 10/04/2011

A partir de la información mostrada en el texto conteste las siguientes preguntas:

- ¿Qué ventajas puede suponer la internacionalización para esta empresa? (0,7 p)
Economías de escala, sinergias, tecnologías más avanzadas, poder de penetración en los mercados, poder de negociación, atractivas para trabajadores, ...
- ¿Cree que esta empresa está diversificada? Razone (0,6 p)
En el texto se indica que además de plásticos produce y comercializa conservas vegetales (diversificación heterogénea, no relacionada o de conglomerado).
- De qué otra forma podría haber crecido la empresa (0,6p)
La empresa ha crecido por desarrollo interno y por absorción de otras entidades. También podría haberse fusionado con otras, o realizar acuerdos de colaboración (alianzas y cooperación, como puede ser mediante franquicias, subcontratación, consorcios o joint ventures.
- Qué factores influyen en la localización de una empresa. Qué factor o factores podrían explicar las localizaciones de esta empresa? (0,6p)
Los factores son numerosos: el mercado, disponibilidad de suelo, acceso a materias primas, infraestructuras, comunicaciones, ayudas públicas, etc. En este caso, lo más probable es que el factor determinante sea el mercado, aunque en las fábricas de República Checa y Serbia posiblemente haya influido el bajo coste.

7. La sociedad PUBLIEMPRESA se dedica a la venta de camisetas con publicidad. El volumen de negocio actual es de 10.000 camisetas/mes. El precio de venta de las camisetas es de 4 euros. Cada camiseta cuesta a la empresa 2,5 euros. La empresa ha de hacer frente cada mes los siguientes gastos: alquiler 1.500 euros; personal administrativo 4.000 euros; luz, teléfono, ... 500 euros; finalmente, los gastos de estampado y distribución se estiman en 0,5 euros por camiseta.

- Cuántas camisetas debe vender para cubrir costes? (0,5p)

Costes fijos: $1.500 + 4.000 + 500 = 6.000€$

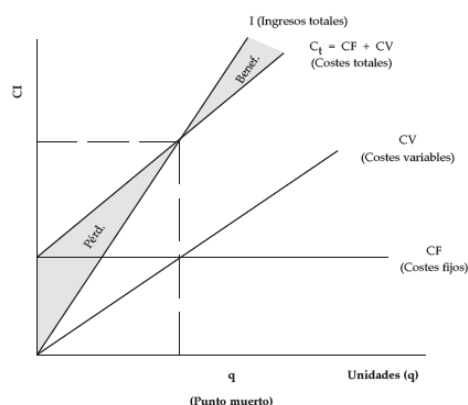
Coste variable unitario = $2,5 + 0,5 = 3€$

Precio venta = $4€$

Punto muerto = $6.000 / (4 - 3) = 6.000$ camisetas

- Represente gráficamente las funciones de costes, ingresos y las áreas de beneficios y pérdidas (0,5p)

REPRESENTACIÓN GRÁFICA DEL PUNTO MUERTO



- c) Cuál sería el beneficio de la empresa si las ventas superaran el punto muerto en 2.000 camisetas. (0,5p)

$$B^o = 2.000 \text{ ud.} \times 1\text{€} = 2.000 \text{ €}$$

- d) ¿Cuánto dinero ganaría la empresa si las ventas mensuales fueran de 30.000 euros? (0,5p)

Si las ventas fueran de 30.000€, se venderían $30.000/4 = 7.500$ camisetas

Como se sobrepasa el punto muerto en $7.500 - 6.000 = 1.500$ camisetas

El beneficio será de $1.500 \times 1 = 1.500\text{€}$

- e) En la actualidad la empresa tiene una capacidad ociosa de 2.000 camisetas al mes (tiene capacidad para estampar y distribuir 2.000 camisetas más) ¿Le interesaría vender esas 2.000 camisetas a un precio de 3,5 euros la unidad? Razone (0,5p)

Si sería conveniente porque el coste variable es de 3 euros por unidad. Por tanto, ganaría 0,5 euros con cada una.

También se puede calcular el beneficio total con las 2.000 camisetas y sin ellas y ver cuál es mayor

OPCIÓN B

1. Defina el entorno general y las variables más relevantes para su estudio (1 p)

Entorno general: circunstancias generales del área geográfica de interés para la empresa. El área geográfica de interés puede ser la localidad, la región, el país o la comunidad de países (ej. La Unión Europea).

Se ha de analizar una serie de variables que, usualmente, se agrupan en: variables políticas, económicas, sociales y tecnológicas (análisis PEST)

2. La agrupación funcional (1 p)

Criterio debido a Taylor; es el más empleado. Se basa en agrupar en la misma unidad a las personas que realizan funciones similares dentro de una especialidad (compras, ventas, recursos humanos, producción, finanzas, etc.). La principal ventaja es la especialización y la eficiencia. El principal inconveniente es la dificultad para adaptarse a los cambios. También se presentan problemas de coordinación, conflictos, visión de túnel, vacíos, duplicidades... Más adecuada en entornos estables. En entornos dinámicos aparecen sus deficiencias.

3. Variables del marketing mix: el producto (1p)

Producto es el bien o servicio que se ofrece al mercado. En este apartado se puede hablar de producto básico, producto ampliado, diferenciado; gama de productos, marca, envase, ciclo de vida del producto, ...

4. La cuenta de pérdidas y ganancias (1p)

Informa del origen y composición de los resultados obtenidos por la empresa. En ella se reflejan los ingresos y costes del período y, por diferencia, el resultado. Se debe distinguir el resultado de explotación de aquellos que no lo son.

5. El plan de empresa. Concepto y contenidos principales (1p)

Documento que identifica y analiza una oportunidad de negocio y su viabilidad técnica, económica y financiera, y desarrolla las estrategias necesarias para convertir dicha oportunidad en un proyecto concreto.

Contenidos: Idea de empresa, ubicación de la empresa, productos que se ofrecen, mercado objetivo, plan de marketing, plan de producción, dirección y organización de la empresa, análisis económico y financiero, calendario. Conveniente incluir el equipo humano

6. A un inversor se le presentan los proyectos cuyos flujos de caja se reflejan en la tabla siguiente (datos en euros):

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Proyecto A	-50.000	10.000	10.000	30.000	30.000	30.000
Proyecto B	-50.000	30.000	20.000	5.000	5.000	5.000
Proyecto C	-50.000	10.000	30.000	10.000	30.000	30.000

a) Defina qué se entiende por período de recuperación de una inversión (0,5p)

Es el tiempo que se tarda en recuperar el dinero inmovilizado al principio. Se calcula acumulando flujos de caja sucesivos hasta que la suma iguale al desembolso inicial.

b) Qué proyecto deberá escoger según el criterio del período de recuperación? (0,5p)

PR (A) = 3 años

PR (B) = 2 años

PR (C) = 3 años

Por tanto se escoge el proyecto B

c) Tiene algún problema dicha elección? (0,5p)

El problema es que no se consideran los flujos de caja posteriores al periodo de recuperación. Los proyectos A y C tienen unos flujos de caja mayores en los años 3, 4 y 5.

d) Plantee la expresión del valor actual neto (VAN) del proyecto elegido (0,5p)

$$VAN = -50.000 + 30000 / (1+k) + 20.000 / (1+k)^2 + 5000 / (1+k)^3 + 5.000 / (1+k)^4 + 5.000 / (1+k)^5$$

e) Considere únicamente los proyectos A y C ¿Cuál de ellos es más aconsejable según el criterio del valor actual neto? Razone (0,5p)

Es más aconsejable el proyecto C. Aunque los flujos de caja suman lo mismo, en el C tenemos 30.000 en el año 2 y 10.000 en el 3, mientras que en el A sucede al contrario. El VAN considera el valor actualizado de las rentas, y éste es mayor cuando dichas rentas se encuentran más próximas en el tiempo.

7. Dos empresas presentan los siguientes datos referidos a su volumen de ventas y estructura de costes (datos expresados en euros).

	Emp. A	Emp. B
Ventas	50.000	50.000
capital	20.000	10.000
mano obra	6.000	10.000
mat. primas	4.000	5.000
energía	5.000	4.000

a) ¿Qué es la productividad? (0,3p) ¿Cómo se calcula? (0,2p) ¿Cómo se podría aumentar? (0,3p)

La productividad es la relación existente entre la producción obtenida y los recursos empleados para ello.

Se calcula por cociente entre el número de unidades producidas y la cantidad de recursos utilizada.

Para aumentarla debemos tratar de producir más con los mismos recursos o utilizar menos recursos para producir lo mismo. Innovación tecnológica, mayor formación, mejor organización del trabajo son ejemplos de actividades que pueden llevar a un aumento de la productividad

b) ¿Cuál es la productividad de los factores en cada empresa? ¿y la productividad global de cada empresa? (1,2 p) *(restar 0,2 por cada uno mal)*

	Emp. A	Emp. B
Global	1,43	1,72
capital	2,5	5
mano obra	8,33	5
mat. primas	12,5	10
energía	10	12,5

c) ¿Cómo interpretaría los resultados obtenidos? (0,5p)

Las dos empresas utilizan de forma eficiente sus recursos (el valor de la producción es mayor que el valor de los recursos consumidos). La empresa A es menos eficiente que la B en capital y energía, mientras que sucede lo contrario en mano de obra y materias primas. La empresa A es más intensiva en capital.