

INSTRUCCIONES GENERALES Y VALORACIÓN

Estructura de la prueba: la prueba se compone de dos opciones "A" y "B", cada una de las cuales **consta de 5 preguntas** que, a su vez, comprenden varias cuestiones. Sólo se podrá contestar una de las dos opciones, desarrollando íntegramente su contenido. En el caso de mezclar preguntas de ambas opciones la prueba será calificada con 0 puntos.

Puntuación: la calificación máxima total será de 10 puntos, estando indicada en cada pregunta su puntuación parcial.

Tiempo: 1 hora y 30 minutos.

OPCIÓN A

1.- Explique los factores que deben analizarse para realizar un análisis del entorno general así como el objetivo del mismo. Cite una variable representativa dentro de cada factor mencionado ¿Por qué es importante analizarlo en la empresa? (2 puntos).

2.- Explique el concepto de departamentalización. Indique la diferencia entre una departamentalización por productos y por procesos. Indique cual convendría más a una planta de automóviles que fabrique dos modelos de turismos distintos (2 puntos).

3.- Explique en qué consiste la estrategia de posicionamiento de producto en un mercado. ¿Cómo se consigue? ¿Con qué estrategia competitiva se podría relacionar esta estrategia? (2 puntos).

4.- A) Identifique, de entre las siguientes cuentas, cuáles pertenecen al activo circulante y cuáles al activo fijo (1 punto). B) A continuación, coloque de manera ordenada las cuentas indicadas en el activo, de los valores numéricos y diseñe una estructura financiera o pasivo que tenga como resultado un fondo de maniobra de la empresa positivo. Indique su significado (0,5 puntos). Seguidamente, proponga alguna medida para aumentarlo de valor e indique cómo cambiaría la estructura del balance (0,5 puntos).

Inversiones financieras a largo plazo	Proveedores	Terrenos y bb. naturales	Productos terminados
Tesorería	Clientes	Construcciones	Bancos
Inversiones financieras a corto plazo	Existencias	Mobiliario	

5.- Sean los siguientes flujos de cobros y pagos asociados a un proyecto de inversión.

Proyecto 1

Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
-5.000	4.000	5.000	3.000
	-3.000	-4.000	-2.000

Proyecto 2

Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
-3.000	5.000	7.000	3.000
		-2.000	-1.000

- Calcule los fondos netos de caja (Q) de cada proyecto (0,5 puntos).
- Sabiendo que el coste de capital es del 8%, calcule el VAN y justifique que proyecto es preferible para la empresa (0,5 puntos). Sabiendo que la TIR de cada proyecto es del -22% y de 146%, diga si son factibles según la TIR (0,5 puntos). Dibuje el proyecto 2 (0,5 puntos).

OPCIÓN B

- 1.- Explique el concepto de producto sustitutivo según el modelo de las fuerzas competitivas (Porter) de un sector. Si en un sector existiesen muchos productos sustitutivos, reflexione cómo afectaría ello a las empresas que compiten en ese sector industrial. Ponga un ejemplo (2 puntos).
- 2.- Explique en qué consiste el crecimiento interno como estrategia. ¿Tiene algún reflejo en el balance de la empresa? Ponga un ejemplo de cómo puede una empresa crecer internamente (2 puntos).
- 3.- Concepto y tipos de reclutamiento en la empresa (2 puntos).
- 4.- Explique los distintos tipos de valores que pueden tener las acciones así como su significado. Si una empresa tiene un capital social de 10.000 euros, dividido en 1.000 acciones, sabiendo que sus acciones cotizan al 160% del valor nominal y con unas reservas de 5.000 euros. Calcule los distintos valores con los datos señalados ¿Cómo calcularía la capitalización? ¿Qué significa? (2 puntos).
- 5.- Una fábrica de coches puede vender al año entre 80.000 unidades de vehículos o 120.000 en el supuesto más favorable. Posee unos costes variables de 4.000 euros por unidad producida y unos costes fijos de la planta por importe de 1.000.000 euros. Si vende por término medio, cada unidad a 9.000 euros:
 - a) ¿A partir de qué momento empieza a tener beneficios? (0,5 puntos)
 - b) Si vendiera 500 unidades, ¿obtendría beneficios? (0,5 puntos)
 - c) ¿Qué beneficios obtendría en el supuesto más desfavorable? ¿Y en el más favorable? (1 punto)

CRITERIOS ESPECÍFICOS DE CORRECCIÓN

OPCIÓN A

- 1.- El alumno debe entender que es el entorno general, por qué afecta a la empresa y qué factores lo determinan poniendo un ejemplo de cada uno de ellos.
- 2.- El alumno debe entender el concepto de la departamentalización y saber aplicarlo. Debe diferenciar una departamentalización por producto y por procesos.
- 3.- El alumno debe saber definir la estrategia de posicionamiento, relacionarla con la actividad comercial de la empresa y relacionarla con la estrategia competitiva en diferenciación.
- 4.- El alumno debe saber ordenar el activo y construir el fondo de maniobra.
- 5.- El alumno debe saber calcular los flujos netos de caja, el VAN y ordenarlos según su orden de preferencia. Debe saber elegir el proyecto más conveniente según VAN y TIR.

OPCIÓN B

- 1.- El alumno debe entender en concepto de producto sustitutivo y cómo afecta su existencia a las empresas del sector así como saber poner un ejemplo.
- 2.- El alumno debe entender el concepto del crecimiento interno, cómo se alcanza y que posee un reflejo en el balance de la empresa (incremento).
- 3.- El alumno debe saber entender qué es el reclutamiento y que tipos existen.
- 4.- El alumno debe entender que distintos valores existen en las acciones (nominal, contable o teórico y de mercado) y calcularlos con los datos proporcionados.
- 5.- El alumno debe saber calcular el punto muerto, debe saber calcular los beneficios para un nivel de producción determinado y analizar cómo según distintas cantidades vendidas varía el beneficio.

GUIÓN DE RESPUESTAS

OPCIÓN A

1.- Explique los factores que deben analizarse para realizar un análisis del entorno general así como el objetivo del mismo. Cite una variable representativa dentro de cada factor mencionado ¿Por qué es importante analizarlo en la empresa? (2 puntos).

El análisis del entorno general busca detectar las principales amenazas y oportunidades que afectan a la empresa. Para ello deben examinarse los llamados factores PEST (factores políticos, económicos-legales, sociales o culturales y tecnológicos) que son aquellos factores que afectan por igual a todas las empresas de un determinado ámbito geográfico y alcance temporal. Las variables representativas pueden ser las siguientes: dentro de los factores políticos, la realización de elecciones en la Comunidad Autónoma, dentro de los económico-legales, el tipo de interés de la deuda pública así como una normativa para la seguridad de los trabajadores en el trabajo. Dentro de los sociales podemos encontrar por ejemplo, la tasa de licenciados o graduados de un país y finalmente, dentro de los tecnológicos, el ancho de banda disponible en España. La empresa, como sistema abierto que es, se ve afectada por el entorno para bien y para mal, debe aprovechar las oportunidades e intentar disminuir el impacto de las amenazas, por eso es importante conocerlo.

2.- Explique el concepto de departamentalización. Indique la diferencia entre una departamentalización por productos y por procesos. Indique cual convendría más a una planta de automóviles que fabrique dos modelos de turismos distintos (2 puntos).

La departamentalización consiste en la división y agrupación de tareas relacionadas entre sí en unidades específicas. Al agrupar se favorece la organización y la especialización. La departamentalización por productos consiste en agrupar por productos fabricados, lo que tiene sentido cuando las empresas fabrican productos muy diferentes entre sí, mientras que la departamentalización por procesos consiste en agrupar por fase o etapa del proceso productivo realizado, como pintura, chapa, etc. En la planta de fabricación de automóviles en la que se fabrican dos modelos distintos, convendría agrupar por procesos al compartir muchos recursos comunes.

3.- Explique en qué consiste la estrategia de posicionamiento de producto en un mercado. ¿Cómo se consigue? ¿Con qué estrategia competitiva se podría relacionar esta estrategia? (2 puntos).

Son las estrategias que dentro de su actividad comercial, diseña la empresa para alcanzar la posición que quiere ocupar en el mercado a través de la percepción deseada del producto en la mente del consumidor. Se consigue a través de la publicidad y otras técnicas de marketing-mix. Está relacionada especialmente, con la estrategia competitiva de diferenciación de productos

4.- A) Identifique, de entre las siguientes cuentas, cuáles pertenecen al activo circulante y cuáles al activo fijo (1 punto). B) A continuación, coloque de manera ordenada las cuentas indicadas en el activo, de los valores numéricos y diseñe una estructura financiera o pasivo que tenga como resultado un fondo de maniobra de la empresa positivo. Indique su significado (0,5 puntos). Seguidamente, proponga alguna medida para aumentarlo de valor e indique cómo cambiaría la estructura del balance (0,5 puntos).

Inversiones financieras a largo plazo	Proveedores	Terrenos y bb. naturales	Productos terminados
Tesorería	Clientes	Construcciones	Bancos (cuentas corrientes)
Inversiones financieras a corto plazo	Existencias	Mobiliario	

A) $AC = \text{Tesorería} + \text{Clientes} + \text{Existencias} + \text{Productos terminados} + \text{Inversiones financieras a corto plazo} + \text{Bancos}$

$AF = \text{Inversiones financieras a largo plazo} + \text{Terrenos y bienes naturales} + \text{Construcciones} + \text{Mobiliario}$

Balance

B)

1.000 Terrenos y bienes naturales	Capital Social 5.000
1.000 Construcciones	Reservas 1.000
1.000 Mobiliario	Deudas a largo plazo 500
1.000 Inversiones financieras a largo plazo	Proveedores 500
500 Tesorería	
500 Clientes	
500 Bancos	
500 Existencias	
500 Productos terminados	
500 Inversiones financieras a corto plazo	
AT 7.000	PT 7.000

Actual: $FM = AC - PC = 3.000 - 500 = 2.500$

Una medida para aumentarlo consistiría en emitir un empréstito por 1.000 destinado a la inversión en letras del tesoro (inversiones financieras a corto plazo).

Aumentado: $FM' = AC' - PC = 4.000 - 500 = 3.500$

Significado: FM = parte del Activo circulante financiado con recursos a largo plazo

5.- Sean los siguientes flujos de cobros y pagos asociados a un proyecto de inversión.

Proyecto 1

Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
-5.000	4.000	5.000	3.000
	-3.000	-4.000	-2.000

Proyecto 2

Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
-3.000	5.000	7.000	3.000
		-2.000	-1.000

a) Calcule los fondos netos de caja (Q) de cada proyecto (0,5 puntos).

Proyecto 1:

-5.000\1.000\1.000\1.000

Proyecto 2:

-3.000\5.000\5.000\2.000

b) Sabiendo que el coste de capital es del 8%, calcule el VAN y justifique que proyecto es preferible para la empresa (0,5 puntos). Sabiendo que la TIR de cada proyecto es del -22% y de 146%, diga si son efectuables según la TIR (0,5 puntos). Dibuje el proyecto 2 (0,5 puntos).

$VAN_1 (8\%) = -2.243$ euros

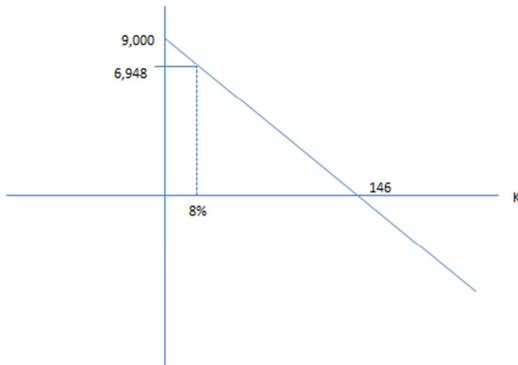
$VAN_2 (8\%) = 6.948$ euros

Es realizable el segundo proyecto porque el VAN es mayor que cero, y es preferible el proyecto 2 por tener un VAN mayor y positivo. Según la TIR tan sólo el segundo proyecto es efectuable, porque r es positiva y mayor que k .

Dibujo:

$$\text{VAN}_2 (K=0) = -3.000 + 5000 + 5000 + 2000 = 9.000$$

$$R = 146\%$$



OPCIÓN B

1.- Explique el concepto de producto sustitutivo según el modelo de las fuerzas competitivas (Porter) de un sector. Si en un sector existiesen muchos productos sustitutivos, reflexione cómo afectaría ello a las empresas que compiten en ese sector industrial. Ponga un ejemplo (2 puntos).

Los productos sustitutivos son una de las cinco fuerzas o variables que componen el modelo de Porter. Consisten en la posibilidad de que aparezcan nuevos productos o servicios que cubran la misma necesidad que aquellos a los que sustituyen. El atractivo de un sector disminuye cuanto mayor sea la amenaza de sustitutivos, perjudicando la rentabilidad de las empresas del sector. La amenaza es tanto mayor cuanto más baratos y mejores (precio-calidad) sean que los que sustituyen. Ej. Sacarina/Azúcar.

2.- Explique en qué consiste el crecimiento interno como estrategia. ¿Tiene algún reflejo en el balance de la empresa? Ponga un ejemplo de cómo puede una empresa crecer internamente (2 puntos).

El crecimiento interno consiste en conseguir un incremento en la capacidad productiva a través de nuevas inversiones. Ello tiene un reflejo en el balance de la empresa (aumentándolo), tanto en el activo (destino de las inversiones) como en el pasivo (financiación de las mismas necesaria para crecer). Un ejemplo sería la compra de nueva maquinaria para aumentar la capacidad de producción.

3.- Concepto y tipos de reclutamiento en la empresa (2 puntos).

El reclutamiento consiste en atraer candidatos a la empresa para efectuar posteriormente un proceso de selección. Existen dos maneras de efectuar este proceso. El llamado reclutamiento interno y el externo. El interno consiste en atraer candidatos de dentro de la plantilla de la empresa mientras que el externo consiste en buscar fuera de la empresa esos candidatos. A través de redes sociales, headhunters o prensa. Cuanto más numeroso sea ese reclutamiento, mejor será la posterior selección.

4.- Explique los distintos tipos de valores que pueden tener las acciones así como su significado. Si una empresa tiene un capital social de 10.000 euros, dividido en 1.000 acciones, sabiendo que sus acciones cotizan al 160% del valor nominal y con unas reservas de 5.000 euros. Calcule los distintos valores con los datos señalados ¿Cómo calcularía la capitalización? ¿Qué significa? (2 puntos).

Las acciones pueden tener distintos tipos de valores. Así, encontramos el valor nominal, el valor de cotización o de mercado y el valor teórico. El valor nominal surge de dividir el capital de la empresa en partes iguales. Tiene que ver con el valor del capital en el momento de la emisión. En concreto lo podemos calcular como el cociente entre el capital social y el número de acciones. El valor de cotización o de mercado es el valor de la acción en el mercado en un momento concreto. Su valor es el juego de la oferta y de la demanda. Por último, el valor teórico es el cociente entre el capital más reservas (patrimonio neto) y el número de acciones que una empresa tiene. Es el valor contable. La capitalización es el producto del valor de mercado por el número de acciones de una empresa. Representa el valor de mercado de la misma.

$$VN = 10.000/1.000 = 10 \text{ euros cada acción}$$

$$V \text{ Mercado} = 16 \text{ euros } (1,6 * 10) = 16 \text{ euros por acción}$$

$$V \text{ Contable} = (10.000 + 5.000)/1.000 = 15 \text{ euros}$$

Capitalización: $16 * 1.000 = 16.000$ euros. Es el valor de la empresa en el mercado

5.- Una fábrica de coches puede vender al año entre 80.000 unidades de vehículos o 120.000 en el supuesto más favorable. Posee unos costes variables de 4.000 euros por unidad producida y unos costes fijos de la planta por importe de 1.000.000 euros. Si vende por término medio, cada unidad a 9.000 euros:

a) ¿A partir de qué momento empieza a tener beneficios? (0,5 puntos)

$$Q_0 = CF / (p - CV) = 1.000.000 / (9.000 - 4.000) = 1.000.000 / 5.000 = 200 \text{ unidades}$$

b) Si vendiera 500 unidades, ¿obtendría beneficios? (0,5 puntos)

Si, dado que 500 es mayor que Q_0

c) ¿Qué beneficios obtendría en el supuesto más desfavorable? ¿Y en el más favorable? (1 punto)

$$I_p = p * q = 9.000 * 80.000 = 720.000.000 \text{ euros}$$

$$I_0 = p * Q = 9.000 * 120.000 = 1.080.000.000 \text{ euros}$$

$$CT_p = 1.000.000 + 4.000 * 80.000 = 321.000.000 \text{ euros}$$

$$CT_0 = 1.000.000 + 4.000 * 120.000 = 481.000.000 \text{ euros}$$

$$\text{Beneficios}_p = 399.000.000 \text{ euros}$$

$$\text{Beneficios}_0 = 599.000.000 \text{ euros}$$

