

SOLUCIONARIO DEL EXAMEN DE JUNIO 2008 – OPCIÓN A

PREGUNTAS TIPO TEST

1. El marketing-mix está integrado por:

- a) Producto, precio, promoción y distribución.
- b) Producto, precio, promoción y calidad.
- c) Producto, precio, promoción y publicidad.

2. Las características esenciales de una inversión son:

- a) Liquidez, rentabilidad y sociabilidad.
- b) Liquidez, rentabilidad y riesgo.
- c) Liquidez, rentabilidad y equilibrio.

3. Son fuentes internas de reclutamiento:

- a) Los anuncios en prensa.
- b) Las empresas competidoras.
- c) La promoción o el ascenso en la jerarquía.

4. El Plazo de Recuperación o Pay-back se define como:

- a) El período de tiempo necesario para recuperar la inversión inicial de un proyecto.
- b) El período de tiempo necesario para recuperar la primera unidad monetaria invertida en el proyecto.
- c) El período de tiempo medio en cobrar a los clientes.

5. En la etapa de madurez del ciclo de vida de un producto:

- a) Los gastos en promoción y publicidad son muy elevados y los ingresos obtenidos no los absorben.
- b) Disminuyen mucho las ventas y los beneficios.
- c) Se da una estabilidad de las ventas y los beneficios.

6. Los principios básicos que sirven de guía para tomar decisiones se denominan:

- a) Reglas.
- b) Procedimientos.
- c) Políticas.

7. ¿Cuál es el capital mínimo para constituir una sociedad de responsabilidad limitada?

- a) No hay mínimo.
- b) 60.101,21 euros.
- c) 3.005,06 euros.

8. Cuando el Activo Circulante (Activo Corriente) es menor que el Pasivo Circulante (Pasivo Corriente), se dice que:

- a) El Fondo de Maniobra es negativo.
- b) El Fondo de Maniobra es despreciable.
- c) El Fondo de Maniobra es positivo.

9. Se llama función de planificación a:

- a) Fijar objetivos y marcar estrategias para conseguirlos.
- b) Diseñar una estructura de funcionamiento de los empleados de la empresa.
- c) Ordenar las relaciones formales e informales dentro de la empresa.

10. ¿Qué es la TIR?:

- a) La rentabilidad relativa de un proyecto de inversión.
- b) El tipo de actualización que hace que el VAN sea mayor que cero.
- c) El plazo necesario en recuperar una inversión.

Respuestas:

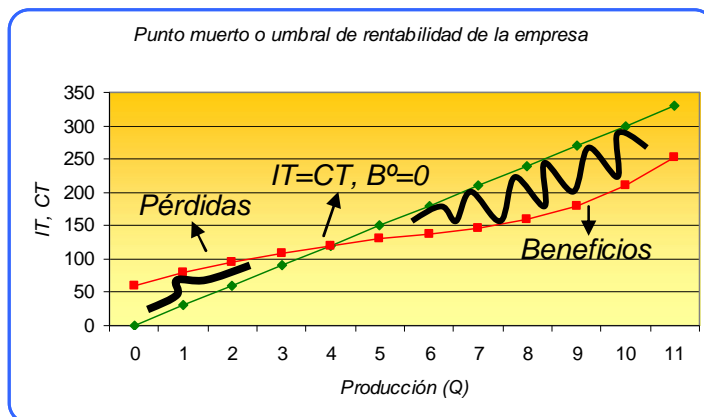
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
a	b	c	a	c	c	c	a	a	a

CUESTIONES TEÓRICAS (PREGUNTAS DE RESPUESTA CORTA):

1. Concepto de punto muerto.

El punto muerto o umbral de rentabilidad (expresado en unidades de producto o en unidades monetarias) representa el nivel de ventas para el que los ingresos y los costes totales de la empresa coinciden, y por tanto, en el que el resultado o beneficio es cero. El umbral de rentabilidad es la cifra de ventas en la que la empresa ni pierde ni gana. Es el punto de equilibrio que indica el volumen de operaciones (cifra de ventas) que tiene que realizar la empresa para cubrir todos sus costes, tanto los fijos como los variables, por ello en este punto se igualan los costes totales a los ingresos totales. Se llama también umbral de rentabilidad porque es a partir de este punto cuando la empresa empieza a obtener beneficios, mientras que por debajo de este nivel obtendría pérdidas.

El cálculo del punto muerto se efectúa de la siguiente manera:



En el punto muerto $B^{\circ} = 0$, por lo que $IT = CT$

$$IT = P \cdot Q$$

$$CT = CF + CV$$

$$CV = CVu \cdot Q$$

Por lo que:

$$IT = CT \rightarrow P \cdot Q = CF + CVu \cdot Q$$

Sacando factor común Q nos queda: $Q(P - CVu) = CF$ de donde se obtiene que:

$$Q^* = \frac{CF}{P - CVu}$$

que es la expresión del punto muerto o umbral de rentabilidad.

De esta forma:

- Si $Q > Q^* \rightarrow$ La empresa obtiene beneficios
- Si $Q < Q^* \rightarrow$ La empresa obtiene pérdidas

2. Clasifique y defina los tipos de empresas en función del sector económico en el que ejercen su actividad.

Una empresa es un conjunto de elementos organizados y coordinados por la dirección, orientados a la obtención de una serie de objetivos, actuando siempre bajo condiciones de riesgo.

Existen muchos tipos de empresas y con grandes diferencias entre ellas, a pesar de que todas tengan los mismos rasgos generales que sirven para definirlos. Esta variedad de empresas permite hacer diversas clasificaciones, atendiendo a aspectos distintos.

Según la actividad a la que se dedican, podemos hablar de:

- Sector primario. Formado por las empresas que se dedican a la explotación de los recursos naturales. Incluyen a las empresas agrícolas, pesqueras, ganaderas y forestales.
- Sector secundario. Incluye a las empresas que se dedican a las actividades transformadoras o industriales (empresas textiles, metalúrgicas, químicas, etc.). También se incluyen al sector de la construcción y al energético.
- Sector terciario. Engloba a dos grupos de empresas: las comerciales, que se dedican a la venta de artículos sin transformarlos, como un quiosco o una droguería, y las de servicios, por ejemplo un banco o una clínica.

PROBLEMAS:

1. En una empresa se están estudiando dos proyectos de inversión: Itálica y Bética. El proyecto Itálica supone una inversión inicial de 120.000 euros y se espera obtener, en cada uno de los cinco años, un flujo de caja neto de 36.000 euros. El proyecto Bética supone también una inversión inicial de 120.000 euros, pero los flujos de caja netos que de ella se esperan durante los cinco años de vida del proyecto son sucesivamente: 18.000 euros el primer año, 30.000 euros el segundo, 54.000 euros el tercero, 48.000 euros el cuarto y 43.000 euros el quinto año. Siendo el coste del capital del 6%, determinar qué inversión de las dos es más aconsejable evaluándolas por el método del VAN.

Proyecto Itálica:

$$VAN_{ITÁLICA} = -D_0 + \frac{F_1}{(1+i)} + \frac{F_2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+i)^n}$$

$$VAN_{ITÁLICA} = -120.000 + \frac{36.000}{1'06} + \frac{36.000}{1'06^2} + \frac{36.000}{1'06^3} + \frac{36.000}{1'06^4} + \frac{36.000}{1'06^5} = 31.645'09 \text{ €}$$

Proyecto Bética:

$$VAN_{IBÉTICA} = -D_0 + \frac{F_1}{(1+i)} + \frac{F_2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+i)^n}$$

$$VAN_{IBÉTICA} = -120.000 + \frac{18.000}{1'06} + \frac{30.000}{1'06^2} + \frac{54.000}{1'06^3} + \frac{48.000}{1'06^4} + \frac{43.000}{1'06^5} = 39.173'06 \text{ €}$$

Ambos proyectos son aceptables por el criterio VAN, porque ambos son mayor a cero; escogemos el proyecto Bética porque su VAN es mayor que el de Itálica.

2. El patrimonio de GAMMA S.A. a 31 de diciembre de 2007 está constituido por los siguientes elementos (valores en euros):

Existencias de productos terminados	200.000	Acreedores a corto plazo	20.000
Bancos c/c	150.500	Capital social	500.000
Clientes	50.000	Reservas	100.000
Proveedores	75.000	Elementos de transporte	100.000
Mobiliario	25.000	Maquinaria	169.500

Con esta información, se pide:

- Elaborar el Balance de situación ordenando las partidas de Activo y Pasivo, diferenciando las distintas masas patrimoniales.
- Calcular la rentabilidad financiera ($RF=BN/RP$) de la empresa, sabiendo que el beneficio neto en el ejercicio ascendió a 60.000 euros. Comente el resultado obtenido.

a)

ACTIVO		PATRIMONIO NETO Y PASIVO	
ACTIVO NO CORRIENTE (FIJO)		PATRIMONIO NETO	
Inmov. Inmaterial		Capital social	500.000
		Reservas Legales	100.000
Inmov. Material		PASIVO NO CORRIENTE (FIJO)	
Elementos de transporte	100.000		
Maquinaria	169.500		
Mobiliario	25.000		
Inmov. Financiero			
(AAI)		PASIVO CORRIENTE (CIRCULANTE)	
ACTIVO CORRIENTE (CIRCULANTE)		Proveedores	75.000
Existencias		Acreedores a c/p	20.000
Productos Terminados	200.000		
Realizable			
Clientes	50.000		
Disponible			
Bancos	150.500		
TOTAL ACTIVO:	695.000	TOTAL PN+PASIVO:	695.000

b)

$$RF = \frac{BN}{RP} = \frac{60.000}{600.000} = 01 \rightarrow 10\%$$

La rentabilidad financiera es la relación entre el beneficio neto (descontando intereses e impuestos) y los recursos propios de la empresa. También se denomina rentabilidad del capital, ya que muestra el beneficio generado por la empresa con relación al capital aportado por los socios.

SOLUCIONARIO DEL EXAMEN DE JUNIO 2008 – OPCIÓN B

PREGUNTAS TIPO TEST

1. Si el activo de una empresa es igual al neto patrimonial:

- a) La empresa se encuentra en una grave situación de inestabilidad.
- b) Estamos ante la máxima estabilidad financiera.
- c) El empresario ha invertido todo su dinero en el negocio.

2. La publicidad que se realiza en el punto de venta se incluiría dentro del:

- a) Telemarketing.
- b) Marketing directo.
- c) Merchandising.

3. La diferencia entre el activo circulante y el pasivo circulante define:

- a) El fondo de maniobra.
- b) El ratio de tesorería.
- c) El ratio de liquidez.

4. ¿Qué es el VAN de una inversión?

- a) El plazo de recuperación actualizado.
- b) La TIR multiplicada por el desembolso inicial.
- c) Las dos respuestas anteriores son incorrectas.

5. El factoring consiste en:

- a) Arrendar un factor de producción para el desarrollo del proceso productivo.
- b) Ceder los derechos de cobro sobre clientes a una empresa especializada.
- c) Ninguna de las respuestas anteriores es correcta.

6. La Teoría “Y” de McGregor considera que los trabajadores:

- a) No tienen ambición.
- b) Tienen aversión al trabajo.
- c) Se sienten responsables de su trabajo.

7. Los organigramas reflejan:

- a) La interrelación entre los diferentes objetivos de la empresa.
- b) Una visión gráfica y resumida de la estructura formal de la organización.
- c) Una visión gráfica y resumida de la estructura informal de la organización.

8. El patrimonio empresarial está formado por:

- a) Bienes y derechos.
- b) Bienes, derechos y obligaciones.
- c) Derechos y obligaciones.

9. Una empresa dedicada al cultivo de la uva pertenece al sector:

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

10. Cuando un jefe de ventas compara las ventas reales con las previstas, está realizando la función de:

- a) Planificación.
- b) Control.
- c) Dirección.

Respuestas:

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

CUESTIONES TEÓRICAS:

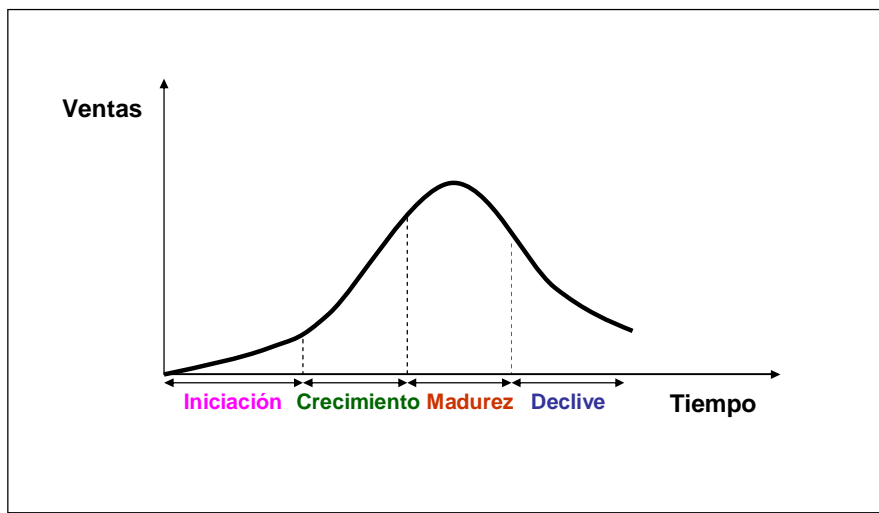
1. Dibuje el ciclo de vida del producto y explique las diferentes etapas.

Al igual que los seres vivos, los productos tienen un ciclo vital, es decir, un período más o menos largo en el que nacen, crecen, maduran y mueren. El tiempo de vida de los productos es muy diferente según sea su naturaleza.

Las características de cada etapa de la vida de un producto son:

- **Etapa de introducción o lanzamiento:** Esta etapa está constituida por la salida al mercado de un nuevo producto. Puede ser un producto completamente nuevo o bien una innovación sobre la base de otro ya existente. Como el producto es desconocido para la mayor parte del público, las ventas en esta etapa son bajas y su crecimiento es lento.
- **Etapa de crecimiento:** Una vez superada la primera etapa, el producto empieza a ser conocido y las ventas experimentan un fuerte crecimiento. En este momento, la publicidad deja de ser informativa y pasa a ser persuasiva.
- **Etapa de madurez:** En esta fase la velocidad de crecimiento de las ventas comienza a estabilizarse y éstas se mantienen más o menos constantes durante algún tiempo. La publicidad busca nuevos consumidores. Se intenta segmentar el mercado para conseguir nuevos clientes con argumentos cada vez más sofisticados.
- **Etapa de declive o saturación:** Las ventas en esta fase caen de forma considerable. La empresa ha de plantearse si relanza el producto, si busca nuevos usos y utilidades para el mismo, si se concentra en un segmento de mercado o si deja de comercializarlo. En este último caso debe intentar no perjudicar a los clientes ni a la imagen de la empresa, ni tampoco debe dejar agujeros para la competencia.

El siguiente gráfico representa las ventas en función del tiempo según las diferentes etapas de la vida del producto:



2. ¿En qué consiste la departamentalización de la empresa? Tipos de departamentalización.

La empresa necesita estructurarse en diversos departamentos que agrupen a las personas que se encargan de la misma labor, para así controlar y coordinar las distintas tareas que tiene que desarrollar. Esta división en grupos homogéneos permite marcar objetivos y ejecutar las acciones planteadas.

La departamentalización se puede llevar a cabo de diferentes modos. Cada empresa escogerá uno en función de sus prioridades, y objetivos.

Las principales formas que existen para departamentalizar una empresa son las siguientes:

- Los departamentos se pueden crear en función de los procesos productivos que tenga una empresa. Esta forma de departamentalización facilita la especialización en cada proceso productivo, pero puede crear descoordinación entre uno y otro.
- También se puede departamentalizar por proyectos o clientes. Esta forma facilita el control de los beneficios que genera cada uno de ellos y los objetivos que se les hayan asignado, pero puede dificultar el control global de la empresa y duplicar determinadas funciones.
- Otra forma habitual de departamentalizar es por funciones (producción, marketing, administración, etc).
- Los departamentos geográficos son muy empleados en las grandes multinacionales. Pueden duplicar determinadas funciones, pues cada departamento de un país o zona concreta debe realizar todas las funciones de la empresa y prestar todos sus servicios.
- Podemos departamentalizar por turnos de trabajo, pero estos departamentos necesitarán otras subdivisiones internas para poder funcionar.
- Por último, la departamentalización matricial combina los criterios de producto y proceso, pero el inconveniente que supone es que puede conllevar una duplicidad de mandos.

PROBLEMAS:

1. Para un volumen de producción de 20.000 unidades de cantidad, la Sociedad "X" soporta unos costes variables de 400.000 euros y unos costes fijos de 960.000 euros. Los ingresos por ventas para el mencionado volumen de producción son de 10.000.000 euros.

a) Determinar el Umbral de Rentabilidad de la empresa, interpretando el resultado.

b) Realice la representación gráfica. Identifique los siguientes puntos: una producción de cero unidades, las unidades para las que se alcanza el punto muerto y el doble de éstas últimas.

a) El punto muerto es el volumen de producción en el que los costes totales se igualan a los ingresos totales, y a partir del cual la empresa empieza a obtener beneficios. Su fórmula es la siguiente:

$$Q = \frac{CF}{p - CVu}$$

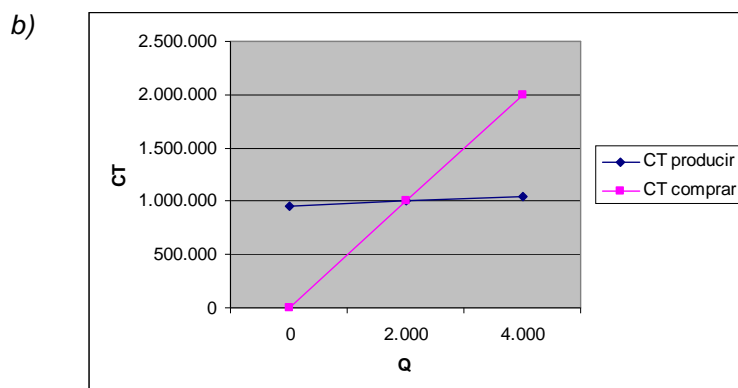
De los datos del problema podemos despejar el precio y los costes variables unitarios.

$$IT = p \times Q; p = 10.000.000 / 20.000 = 500 \text{ €}$$

$$CV \text{ unitarios} = CV \text{ totales} / Q = 400.000 / 20.000 = 20.$$

$$Q = \frac{960.000}{500 - 20} = 2.000 \text{ unidades}$$

La sociedad "X" tiene que producir y vender 2.000 unidades para cubrir todos sus costes y empezar a obtener beneficios.



2. En septiembre de 2007 la empresa "Y" obtuvo una producción valorada en 5.000 u.m., utilizando 2.000 u.m. de mano de obra, 1.500 u.m. de materiales y 1.500 u.m. de energía. En el mes de octubre, manteniéndose los precios constantes, se obtuvo la misma producción utilizando las mismas u.m. de materiales, 1.300 u.m. de energía y 2.000 u.m. de mano de obra. Se pide:

a) La productividad conseguida en el mes de septiembre.

b) La productividad conseguida en el mes de octubre.

c) ¿En que mes se obtuvo una mayor productividad?

a)

$$\begin{aligned} \text{Productividad Septiembre} &= \frac{\text{N}^\circ \text{ unidades producidas}}{\text{N}^\circ \text{ unidades de factor productivo utilizadas}} \\ &= \frac{5.000}{2.000 + 1.500 + 1.500} = \frac{5.000}{5.000} = 1 \end{aligned}$$

b)

$$\begin{aligned} \text{Productividad Octubre.} &= \frac{\text{N}^\circ \text{ unidades producidas}}{\text{N}^\circ \text{ unidades de factor productivo utilizadas}} \\ &= \frac{5.000}{1.500 + 1.300 + 2.000} = \frac{5.000}{4.800} = 1,04 \end{aligned}$$

c) En el mes de Octubre, porque se obtuvo la misma producción pero con menor consumo de factores productivos.