



## Modelo de examen RESUELTO

MATERIA: *ECONOMÍA DE LA EMPRESA*

1. a) La empresa *AY!* está en una situación financiera inestable con un fondo de maniobra negativo. ¿Qué significa esto?

**Significa que el pasivo corriente es superior al activo corriente, por lo que la empresa no tiene la suficiente liquidez para hacer frente a los pagos inmediatos, por lo que puede que tenga que vender activos fijos permanentes para hacer frente a las deudas a corto plazo.**

- b) La empresa *AY!* pretende adquirir una máquina por valor de 100.000 euros, que generará unos cobros de 90.000 euros el primer año y de 70.000 euros el segundo. El mantenimiento de la máquina supondría unos pagos anuales de 30.000 euros. Calcula el VAN para un factor de actualización del 6%. ¿Qué significa este resultado?

$Q_i = C_i - P_i$      $Q_1 = 90.000 - 30.000 \text{ euros} = 60.000 \text{ euros}$      $Q_2 = 70.000 - 30.000 = 40.000 \text{ euros}$

$VAN = -A + Q_1 / (1 + k) + Q_2 / (1+k)^2$

$VAN = - 100.000 + 60.000 / (1+0,06) + 40.000 / (1+0,06)^2$

$VAN = - 7.796,38 \text{ euros}$

**Un resultado negativo del VAN implica que el proyecto (en este caso, la compra de la máquina) aportaría riqueza a la empresa por debajo de la tasa requerida, por lo que la inversión sería NO EFECTUABLE.**

2. *Pret á Porter* es una empresa con tres líneas de negocios: moda para perros, estética canina y consulta veterinaria. También tiene planificado crear una agencia matrimonial para los canes. Responde:

- a) ¿Qué estrategia de crecimiento ha elegido esta empresa? Defina ese tipo de estrategia.

**La estrategia de crecimiento de esta empresa es la diversificación, que consiste en crecer a través del aumento de la variedad de productos/servicios distintos que se ofertan.**

- b) La estrategia de esta empresa puede presentar tres variantes. ¿Cómo se denomina la variante elegida por *Pret á Porter*? Justifica tu respuesta.

**El tipo de diversificación elegido es la diversificación horizontal o relacionada, que consiste en que los productos/servicios añadidos a los que ya ofrecía la empresa mantienen alguna relación tecnológica o comercial entre ellos.**

- c) Los directivos de *Pret á Porter* acaban de hacer público a través de los medios de comunicación que concederán tres becas de 3.000 euros cada una a los tres estudiantes con las mejores notas en la próxima convocatoria de la nueva EBAU en el Principado de Asturias. ¿Qué tipo de comportamiento desarrolla la empresa con esta decisión? Defínelo.

**Se denomina responsabilidad social corporativa. Se define como la integración voluntaria de inquietudes sociales y ambientales en las actividades comerciales de la empresa y en sus relaciones con las diferentes partes interesadas.**



3. ¿Qué es un organigrama? **El organigrama es la representación gráfica de la estructura organizativa de la empresa en un momento dado.** ¿Qué condiciones debe cumplir un organigrama para ser útil para la empresa?

(El alumno solo debe aportar dos de ellas)

- Debe reflejar el grado de dependencia en función de la jerarquía.
- Debe ajustarse a la realidad, esto es, reflejar la estructura formal de la empresa.
- Debe ser claro, preciso y comprensible para aquellos a quienes debe informar la empresa.

4. ¿Qué diferencia existe entre los costes fijos y los costes variables?

**Los costes fijos son aquellos que son constantes, esto es, independientes de unidades producidas en un período determinado.**

**Los costes variables son aquellos factores que varían al variar el volumen de unidades producidas.**

Aporta un ejemplo de cada categoría.

**Ejemplos de costes fijos son los seguros, alquileres, sueldos de directivos, gastos en investigación o en publicidad, etc.**

**Ejemplos de costes variables son los costes de materias primas, mano de obra directa, envases, embalajes, energía, etc.**

5. *Firenze Bags*, que goza de una excelente reputación en fabricación de bolsos de lujo fabricados en piel y con diseños realizados por los más famosos diseñadores florentinos, está planeando desarrollar una estrategia de segmentación de mercado. ¿Qué es la segmentación de mercados? ¿Qué utilidad tiene esta estrategia para la empresa?

**La segmentación de mercados es el proceso de división de los mercados en grupos de características similares, pudiendo ser de diferentes tipos: segmentación demográfica, segmentación geográfica, segmentación sociológica, segmentación psicográfica, por citar solo algunos de ellos.**

**La estrategia de segmentación es útil debido a que hoy en día el nivel de competencia existente entre empresas del mismo sector es muy alto, pero, al distinguir mercados, se puede llegar a cada uno de ellos con productos/precios y mensajes específicos, de manera que es más fácil satisfacer las diversas necesidades, evitando, de este modo, que sus productos no capten la atención de nadie.**