



**UNIVERSIDADES PÚBLICAS DE LA COMUNIDAD DE MADRID**  
**EVALUACIÓN PARA EL ACCESO A LAS ENSEÑANZAS**  
**UNIVERSITARIAS OFICIALES DE GRADO**

Curso **2020-2021**

**MATERIA: ECONOMÍA DE LA EMPRESA**

**INSTRUCCIONES GENERALES Y CALIFICACIÓN**

Después de leer atentamente el examen, responda de la siguiente forma:

- Responda a dos preguntas a elegir indistintamente entre las siguientes preguntas: A.1, B.1, A.2, B.2.
- Responda a cuatro preguntas a elegir indistintamente entre las siguientes preguntas: A.3, B.3, A.4, B.4, A.5, B.5, A.6, B.6.

**TIEMPO Y CALIFICACIÓN:** 90 minutos. Las dos preguntas elegidas entre A1, B1, A2 o B2 se calificarán sobre 1 punto cada una y las cuatro preguntas elegidas entre A3, B3, A4, B4, A5, B5, A6 o B6 se calificarán sobre 2 puntos cada una.

**A.1.** Enumere y explique los diferentes tipos de empresas según los criterios de tamaño (0,5 puntos) y de titularidad de su capital (0,5 puntos).

**A.2.** Defina qué es la organización informal (0,5 puntos). Señale dos diferencias existentes entre la organización formal e informal (0,5 puntos).

**A.3.** Explique en qué consiste el proceso de descuento comercial, desde su inicio hasta el momento del vencimiento (1 punto) y explique otras dos fuentes de financiación externas a corto plazo (1 punto).

**A.4.** Explique los tipos de estrategias de crecimiento de la empresa (2 puntos).

**A.5.** La empresa "RECORD", especializada en la comercialización de videocámaras deportivas, comienza el año 2020 con unas existencias iniciales de 1.350 unidades, cuyo precio de compra fue de 49,50 €/unidad. Durante el mes de marzo, la empresa compra 450 unidades a un precio de 46,50 €/unidad. En julio, la empresa adquiere 375 unidades adicionales a 50 €/unidad. En noviembre, se compran 150 unidades a 54,75 €/unidad. El día 1 de diciembre, la empresa vende un total de 1.980 unidades a 64,50 €/unidad.

Teniendo en cuenta la información anterior, se pide:

- a) Calcule el valor de las existencias finales a 31 de diciembre según el criterio FIFO (1 punto).
- b) Calcule el valor de las existencias finales a 31 de diciembre según el criterio del Precio Medio Ponderado (PMP) (1 punto).

**A.6.** La empresa "ELÁSTICA", cuya actividad principal es la fabricación de camas elásticas, presenta a 31/12/2020 la siguiente situación patrimonial (en euros): capital desembolsado por los accionistas, 50.000; deudas a corto plazo con hacienda pública, 9.000; patentes y marcas, 12.500; equipamiento informático, 6.000; existencias, 7.500; facturas a clientes pendientes de cobro, 3.600; deudas con proveedores, 4.000; reservas, 16.500; bancos, cuenta corriente, 12.400; edificios y terrenos, 160.000; mobiliario, 24.000; deudas con entidades de crédito a devolver en menos de 12 meses, 28.000; deudas con entidades de crédito a devolver en más de 12 meses, 67.500; amortización acumulada del inmovilizado intangible, 3.500; amortización acumulada del inmovilizado material, 42.000.

Teniendo en cuenta la información anterior, se pide:

- a) Calcule el resultado del ejercicio a 31 de diciembre de 2020 (0,5 puntos).
- b) Elabore el Balance de Situación de la empresa a 31 de diciembre de 2020 (1 punto).
- c) Calcule el fondo de maniobra o de rotación e interprete su resultado (0,5 puntos).

**B.1.** ¿En qué consiste la estrategia de marca blanca? (0,75 puntos) Ponga un ejemplo de una empresa real (0,25 puntos).

**B.2.** Defina qué son las Cuentas Anuales (0,25 puntos) y enumere tres tipos de documentos que las componen (0,75 puntos).

**B.3.** ¿Qué nos indica el umbral de rentabilidad o punto muerto de la empresa? (0,5 puntos). Si ya conocemos el precio de venta por unidad y el coste variable por unidad de una empresa, ¿qué información adicional necesitamos para calcular el punto muerto? (0,5 puntos). Considerando una empresa a la que comunican un aumento del importe del alquiler de la oficina donde lleva a cabo su actividad, ¿cómo afecta este hecho a su umbral de rentabilidad o punto muerto? (0,5 puntos). Por otra parte, esta empresa ha conseguido reducir el coste de transporte de cada producto que vende, ¿cómo afecta este hecho a su umbral de rentabilidad o punto muerto? (0,5 puntos).

**B.4.** ¿Qué diferencias existen entre el entorno general y el entorno específico de las empresas? (0,5 puntos). Identifique un factor que determine el entorno general y un factor que determine el entorno específico (0,5 puntos). Identifique a qué entorno hacen referencia cada uno de los siguientes factores de una empresa que fabrica muebles (1 punto): a) Una mejora en la normativa de defensa de los derechos de los consumidores; b) La entrada de nuevos competidores; c) Un incremento de la inflación y d) Una variación del gusto de los consumidores hacia muebles ecológicos.

**B.5.** La empresa “STRING-7”, que se dedica a la fabricación y comercialización de guitarras eléctricas, presenta la siguiente información en referencia a su ciclo de explotación del año pasado: El período medio de aprovisionamiento fue de 25 días.

La rotación de productos en fabricación fue de 29,2 veces.

Las ventas totales a precio de coste fueron de 600.000 €, mientras que las ventas totales a precio de venta ascendieron a 900.000 €

El saldo medio de las existencias de productos terminados en almacén fue de 24.000 €

El saldo medio de los derechos de cobro por ventas a crédito a clientes fue de 60.000 €

La empresa paga a sus proveedores en un plazo de 45 días.

Teniendo en cuenta la información anterior, se pide:

a) Defina (0,25 puntos) y calcule (1,25 puntos) el período medio de maduración económico, detallando cada una de las fases en que se divide.

b) Defina (0,25 puntos) y calcule (0,25 puntos) el período medio de maduración financiero.

Nota: Para el cálculo, puede considerar el año natural o el año comercial.

**B.6.** La empresa “DEUCE” fabrica y vende dos tipos de productos: producto 1 (raquetas de tenis) y producto 2 (pelotas de tenis). La producción anual del producto 1 ha sido de 18.000 unidades, que se han vendido en su totalidad a un precio de 30 €/unidad. En cuanto al producto 2, la producción anual ha sido de 60.000 unidades, que se han vendido en su totalidad a un precio de 1 €/unidad.

La empresa cuenta con una plantilla de 24 trabajadores con una jornada de 2.000 horas al año por cada trabajador, de las cuales el 75% se dedicaron a la producción del producto 1 y el 25% a la producción del producto 2. El coste de cada hora de trabajo es de 6 €/hora. Por otra parte, el valor total de las materias primas utilizadas es de 245.000 € para el producto 1 y de 7.500 € para el producto 2.

Teniendo en cuenta la información anterior, se pide:

a) Calcule la productividad por hora de cada trabajador para el producto 1 (0,75 puntos).

b) Calcule la productividad global de la empresa (1,25 puntos).

# ECONOMÍA DE LA EMPRESA

## CRITERIOS ESPECÍFICOS DE CORRECCIÓN Y CALIFICACIÓN

- A.1.** Saber clasificar las empresas según los criterios de dimensión y de titularidad del capital.
  - A.2.** Conocer el concepto de organización informal y las diferencias que presenta respecto a la organización formal.
  - A.3.** Conocer el proceso de financiación a través de un descuento comercial y las fuentes de financiación externas a corto plazo.
  - A.4.** Conocer y explicar los tipos de estrategias de crecimiento de la empresa.
  - A.5.** Saber calcular el valor de las existencias siguiendo los criterios del Precio Medio Ponderado (PMP) y FIFO.
  - A.6.** Saber calcular el resultado del ejercicio, ordenar las partidas de un Balance de Situación y calcular e interpretar el fondo de maniobra o de rotación.
- 
- B.1.** Conocer el concepto de marca blanca y proporcionar un ejemplo.
  - B.2.** Saber definir las Cuentas Anuales y conocer los tipos de documentos que forman parte de ellas.
  - B.3.** Conocer e interpretar el umbral de rentabilidad o punto muerto de la empresa.
  - B.4.** Conocer los conceptos de entorno general y específico y diferenciar los factores que influyen desde dichos entornos sobre la empresa.
  - B.5.** Saber definir, calcular e interpretar el periodo medio de maduración económico, detallando cada uno de sus componentes, así como el período medio de maduración financiero.
  - B.6.** Saber calcular e interpretar la productividad del factor trabajo y la productividad global de la empresa.

# ECONOMÍA DE LA EMPRESA

## SOLUCIONES

### (Documento de trabajo orientativo)

**A.1.** Enumere y explique los diferentes tipos de empresas según los criterios de tamaño (0,5 puntos) y de titularidad de su capital (0,5 puntos).

**SOLUCIÓN:**

Por su tamaño, se pueden distinguir empresas pequeñas, medianas y grandes. Las dos primeras se conocen en España como “pymes”, que también incluyen las microempresas. La clasificación se puede hacer en base al número de trabajadores, los ingresos por ventas o el valor de los activos.

Por el número de trabajadores, las empresas pequeñas son aquellas con menos de 50 empleados, las medianas son las que tienen entre 50 y 249 empleados, y las grandes son las empresas que tienen 250 o más empleados.

En base a la titularidad de su capital, se pueden diferenciar empresas privadas, empresas públicas y empresas mixtas. Las empresas privadas pertenecen a particulares (personas físicas o jurídicas). Las empresas públicas pertenecen al sector público, es decir, al Estado, Comunidades Autónomas, ayuntamientos, etc. Las empresas mixtas combinan titularidad pública y privada (su capital procede de aportaciones públicas y privadas).

**A.2.** Defina qué es la organización informal (0,5 puntos). Señale dos diferencias existentes entre la organización formal e informal (0,5 puntos).

**SOLUCIÓN:**

La organización informal es aquella que se constituye espontáneamente en el interior de la empresa, como consecuencia de las relaciones personales y sociales de los miembros, integrantes o trabajadores de la empresa, con independencia de la que establece oficialmente la dirección de la empresa.

Algunas de las diferencias son:

- Las relaciones entre los miembros de la empresa están determinadas por la jerarquía en la organización formal y por intereses comunes o de amistad en la organización informal.
- Los canales de comunicación son oficiales versus informales.
- En la organización formal el mando lo ejerce la dirección, mientras que en la organización informal lo ejerce la figura del líder reconocido por los miembros, integrantes o trabajadores.
- El objetivo de la organización formal es el beneficio de la empresa, mientras que en la informal se incorporan objetivos propios del grupo.
- La organización formal se define por el sistema de dirección de manera oficial, mientras que la organización informal se forma de manera espontánea y a voluntad de las personas.

**A.3.** Explique en qué consiste el proceso de descuento comercial, desde su inicio hasta el momento del vencimiento (1 punto) y explique otras dos fuentes de financiación externas a corto plazo (1 punto).

**SOLUCIÓN:**

El descuento comercial es un tipo de financiación a corto plazo que ofrecen las entidades financieras cuando adelantan parte del importe pendiente de cobro de la empresa por las ventas realizadas y no cobradas al contado. La empresa acreedora debe primero ceder sus derechos de cobro al banco, debidamente documentados mediante letras, pagarés, etc. El banco procederá entonces a adelantar el importe pendiente de cobro a la empresa (descontando intereses y comisiones). Llegado el vencimiento de los efectos, el banco exigirá el cobro al cliente (deudor de la empresa), y pueden darse dos situaciones:

- El cliente paga al banco, de manera que la deuda de la empresa con el banco queda saldada.
- El cliente no paga al banco (cliente moroso). En este caso, el banco devuelve el derecho de cobro a la empresa y esta debe reintegrar al banco la totalidad del importe, incluyendo posibles gastos adicionales derivados de la reclamación al cliente moroso.

Entre las principales fuentes de financiación externa a corto plazo se pueden distinguir, entre otras: los pagarés de empresa, los créditos y préstamos a corto plazo, el crédito comercial de los proveedores, el factoring y el descuento comercial.

Los pagarés de empresa son títulos o documentos de crédito que representan una obligación de pago. La empresa que emite el pagaré reconoce un compromiso de pago y establece en el documento la cuantía adeudada y la fecha de vencimiento, que debe ser inferior a un año. En el momento del vencimiento, el acreedor puede cobrar el dinero por la cuantía establecida en el pagaré. El valor de vencimiento suele ser superior al de emisión, siendo la diferencia entre ambas cuantías la rentabilidad del beneficiario (en consonancia con el riesgo que este asume en la operación). Por ello, son también conocidos como bonos de cupón cero, porque no dan intereses.

Los créditos y préstamos a corto plazo son deudas con entidades financieras con un vencimiento inferior al año. Se suelen utilizar para financiar las propias operaciones de la empresa, principalmente para afrontar problemas de tesorería por desajustes entre cobros y pagos debidos al ciclo de explotación. Los créditos y préstamos a corto plazo conllevan el pago de intereses y comisiones.

Los créditos comerciales o deudas con proveedores pueden ser una fuente de financiación a corto plazo. Esto sucede cuando los proveedores permiten a su cliente aplazar el pago (normalmente a 30, 60 o 90 días), en lugar de pagar al contado. Se trata de una forma de financiación sin coste explícito para la empresa, dado que, normalmente, los proveedores no cobran intereses por el aplazamiento del pago.

El factoring es similar al descuento comercial ya que la empresa puede recurrir al servicio de una entidad (en este caso, la empresa de factoring) para adelantar el dinero pendiente de cobro por ventas a clientes. La principal diferencia radica en que las empresas de factoring suelen gestionar facturas contabilizadas pero no cobradas, en lugar de otros derechos de cobro como pagarés o letras de cambio. Otra diferencia es que la empresa, vendidos sus derechos de cobro a la sociedad de factoring, se libera del riesgo de posibles impagos.

**A.4.** Explique los tipos de estrategias de crecimiento de la empresa (2 puntos).

**SOLUCIÓN:**

Los tipos de estrategias de crecimiento de la empresa son los siguientes:

1. Estrategias de especialización, pudiendo distinguir:

- Penetración en el mercado. La empresa se centra en incrementar su participación en aquellos mercados en los que actualmente opera, es decir, se trata de incrementar el volumen de ventas de sus productos o servicios actuales en sus mercados actuales. Se puede lograr vendiendo más productos a los mismos clientes o absorbiendo clientes de otros competidores, a través de publicidad, mejora de la calidad, reducción del precio, etc.
- Desarrollo de mercados. La empresa centra sus esfuerzos en vender sus actuales productos en nuevos mercados, por ejemplo, expandiendo el ámbito geográfico de su mercado actual o introduciéndose en otros segmentos.
- Desarrollo de productos. Consiste en aumentar la cartera de productos a través del lanzamiento de nuevos productos o variaciones de productos actuales (distintos tamaños, colores, niveles de calidad, etc.) en los mercados en los que la empresa actualmente opera.

2. Estrategias de diversificación. Implican desarrollar nuevos productos y nuevos mercados simultáneamente, es decir, en esta estrategia la empresa entra a competir en un nuevo mercado con un producto nuevo, ampliando la cartera de negocios. En función del grado de similitud o relación entre el nuevo negocio y los tradicionales en los que opera la empresa, se puede distinguir entre diversificación relacionada y diversificación no relacionada. En la diversificación relacionada, los productos nuevos están relacionados con los que la empresa venía produciendo

hasta ahora. Dentro de la diversificación relacionada se puede distinguir entre diversificación horizontal, si se producen bienes sustitutivos o complementarios, o vertical, si se opera en niveles superiores (diversificación hacia atrás) o inferiores (diversificación hacia adelante) de la cadena de suministro. En la diversificación no relacionada (heterogénea o de conglomerado) no existe relación de los nuevos productos con los productos ya desarrollados por la empresa.

**A.5.** La empresa “RECORD”, especializada en la comercialización de videocámaras deportivas, comienza el año 2020 con unas existencias iniciales de 1.350 unidades, cuyo precio de compra fue de 49,50 €/unidad. Durante el mes de marzo, la empresa compra 450 unidades a un precio de 46,50 €/unidad. En julio, la empresa adquiere 375 unidades adicionales a 50 €/unidad. En noviembre, se compran 150 unidades a 54,75 €/unidad. El día 1 de diciembre, la empresa vende un total de 1.980 unidades a 64,50 €/unidad.

Teniendo en cuenta la información anterior, se pide:

- Calcule el valor de las existencias finales a 31 de diciembre según el criterio FIFO (1 punto).
- Calcule el valor de las existencias finales a 31 de diciembre según el criterio del Precio Medio Ponderado (PMP) (1 punto).

**SOLUCIÓN:**

- Existencias = Ex. iniciales + entradas – salidas =  $1.350 + 450 + 375 + 150 - 1.980 = 345$  uds.  
Valoración FIFO =  $(195 \text{ uds} \times 50 \text{ €/ud}) + (150 \text{ uds} \times 54,75 \text{ €/ud}) = 17.962,50\text{€}$
- PMP =  $(1.350 \times 49,50 + 450 \times 46,50 + 375 \times 50 + 150 \times 54,75) / (1.350 + 450 + 375 + 150) = 49,34 \text{ €/ud}$ .  
Valoración PMP =  $345 \text{ uds} \times 49,34 \text{ €/ud} = 17.022,30\text{€}$

**A.6.** La empresa “ELÁSTICA”, cuya actividad principal es la fabricación de camas elásticas, presenta a 31/12/2020 la siguiente situación patrimonial (en euros): capital desembolsado por los accionistas, 50.000; deudas a corto plazo con hacienda pública, 9.000; patentes y marcas, 12.500; equipamiento informático, 6.000; existencias, 7.500; facturas a clientes pendientes de cobro, 3.600; deudas con proveedores, 4.000; reservas, 16.500; bancos, cuenta corriente, 12.400; edificios y terrenos, 160.000; mobiliario, 24.000; deudas con entidades de crédito a devolver en menos de 12 meses, 28.000; deudas con entidades de crédito a devolver en más de 12 meses, 67.500; amortización acumulada del inmovilizado intangible, 3.500; amortización acumulada del inmovilizado material, 42.000.

Teniendo en cuenta la información anterior, se pide:

- Calcule el resultado del ejercicio a 31 de diciembre de 2020 (0,5 puntos).
- Elabore el Balance de Situación de la empresa a 31 de diciembre de 2020 (1 punto).
- Calcule el fondo de maniobra o de rotación e interprete su resultado (0,5 puntos).

**SOLUCIÓN:**

- El resultado del ejercicio se puede obtener por diferencia entre el Activo Total y el Patrimonio Neto y Pasivo. El Activo Total tiene un valor de 180.500€, mientras que el P. Neto y Pasivo suman 175.000€ (sin tener en cuenta el resultado del ejercicio). Por tanto, el resultado del ejercicio es  $180.500 - 175.000 = 5.500\text{€}$

b) El Balance de Situación es el siguiente (en euros):

ACTIVO		PATRIMONIO NETO Y PASIVO	
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>157.000</b>	<b>PATRIMONIO NETO</b>	<b>72.000</b>
<b>Inmovilizado Intangible</b>	<b>9.000</b>	Capital Social	50.000
Patentes y marcas	12.500	Reservas	16.500
Amort. Acum. Inmov. Intangible	-3.500	Resultado del ejercicio	5.500
<b>Inmovilizado Material</b>	<b>148.000</b>	<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>	<b>67.500</b>
Edificios y terrenos	160.000	Deudas a largo plazo	67.500
Mobiliario	24.000	<b>PASIVO CORRIENTE</b>	<b>41.000</b>
Equipamiento informático	6.000	Deudas a corto plazo	28.000
Amort. Acum. Inmov. Material	-42.000	Hacienda pública, acreedora	9.000
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>23.500</b>	Proveedores	4.000
Existencias	7.500		
Clientes	3.600		
Bancos, cuenta corriente	12.400		
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>180.500</b>	<b>TOTAL P. NETO Y PASIVO</b>	<b>180.500</b>

c) El Fondo de Maniobra o de Rotación se puede obtener de dos formas:

- Fondo de maniobra o de rotación = Patrimonio Neto + Pasivo No Corriente – Activo No Corriente =  $(72.000 + 67.500) - 157.000 = -17.500$ .
- Fondo de maniobra o de rotación = Activo Corriente – Pasivo Corriente =  $23.500 - 41.000 = -17.500$ .

Es decir, la empresa presenta problemas de liquidez, ya que no es capaz de afrontar las deudas a corto plazo con su activo a corto plazo.

**B.1.** ¿En qué consiste la estrategia de marca blanca? (0,75 puntos) Ponga un ejemplo de una empresa real (0,25 puntos).

SOLUCIÓN:

Es una estrategia de marca en la cual es el distribuidor, y no el fabricante, el que pone la marca al producto o línea de productos, que suelen tener un precio más barato. Casi todas las grandes cadenas de distribución tienen marca blanca (Hacendado de Mercadona, Alipende de Ahorramas, etc.).

**B.2.** Defina qué son las Cuentas Anuales (0,25 puntos) y enumere tres tipos de documentos que las componen (0,75 puntos).

SOLUCIÓN:

Las Cuentas Anuales son los documentos contables que deben presentar las empresas al final de cada ejercicio económico, informando de su situación económica y financiera. Aunque las cuentas anuales forman una unidad, están compuestas por cinco tipos de documentos distintos:

- El balance de situación.
- La cuenta de pérdidas y ganancias o de resultados.
- La memoria.
- El estado de flujos de efectivo.
- El estado de cambios en el patrimonio neto.

**B.3.** ¿Qué nos indica el umbral de rentabilidad o punto muerto de la empresa? (0,5 puntos). Si ya conocemos el precio de venta por unidad y el coste variable por unidad de una empresa, ¿qué información adicional necesitamos para calcular el punto muerto? (0,5 puntos). Considerando una empresa a la que comunican un aumento del importe del alquiler de la oficina donde lleva a cabo su actividad, ¿cómo afecta este hecho a su umbral de rentabilidad o punto muerto? (0,5 puntos). Por otra parte, esta empresa ha conseguido reducir el coste de transporte de cada producto que vende, ¿cómo afecta este hecho a su umbral de rentabilidad o punto muerto? (0,5 puntos).

**SOLUCIÓN:**

El umbral de rentabilidad o punto muerto nos indica el volumen de ventas que tiene que realizar la empresa para cubrir todos sus costes. Por encima de ese umbral la empresa obtendrá beneficios. Se calcula como el cociente entre los costes fijos totales y la diferencia entre el precio de venta por unidad y los costes variables por unidad.

Umbral de rentabilidad =  $\text{costes fijos} / (\text{precio de venta unitario} - \text{costes variables unitarios})$

Así, si conocemos el precio de venta por unidad y el coste variable por unidad, adicionalmente necesitamos información sobre los costes fijos totales.

El mayor gasto en alquiler supone un incremento de los costes fijos de la empresa y, por tanto, un mayor punto muerto: necesitará vender más unidades para entrar en zona de beneficios.

La reducción del coste de transporte de cada producto supone una reducción de los costes variables y, por tanto, tendrá un punto muerto o umbral de rentabilidad menor.

**B.4.** ¿Qué diferencias existen entre el entorno general y el entorno específico de las empresas? (0,5 puntos). Identifique un factor que determine el entorno general y un factor que determine el entorno específico (0,5 puntos). Identifique a qué entorno hacen referencia cada uno de los siguientes factores de una empresa que fabrica muebles (1 punto): a) Una mejora en la normativa de defensa de los derechos de los consumidores; b) La entrada de nuevos competidores; c) Un incremento de la inflación y d) Una variación del gusto de los consumidores hacia muebles ecológicos.

**SOLUCIÓN:**

El entorno general está constituido por aquellos factores externos que afectan por igual a todas las empresas de una economía o sistema económico, con independencia del sector de actividad; mientras que el entorno específico está constituido por aquellos factores que afectan exclusivamente a las empresas de un sector específico.

Dentro del entorno general se encuentran factores político-legales, económicos, socioculturales, tecnológicos y medioambientales. Dentro del entorno específico se encuentran los competidores, los clientes, los proveedores, los intermediarios/distribuidores y la regulación propia del sector.

- a) Una mejora en la normativa de defensa de los derechos de los consumidores: entorno general.
- b) La entrada de nuevos competidores: entorno específico.
- c) Un incremento de la inflación: entorno general.
- d) Una variación del gusto de los consumidores hacia muebles ecológicos: entorno específico.

**B.5.** La empresa "STRING-7", que se dedica a la fabricación y comercialización de guitarras eléctricas, presenta la siguiente información en referencia a su ciclo de explotación del año pasado: El período medio de aprovisionamiento fue de 25 días.

La rotación de productos en fabricación fue de 29,2 veces.

Las ventas totales a precio de coste fueron de 600.000 €, mientras que las ventas totales a precio de venta ascendieron a 900.000 €.

El saldo medio de las existencias de productos terminados en almacén fue de 24.000 €.

El saldo medio de los derechos de cobro por ventas a crédito a clientes fue de 60.000 €.

La empresa paga a sus proveedores en un plazo de 45 días.

Teniendo en cuenta la información anterior, se pide:

- a) Defina (0,25 puntos) y calcule (1,25 puntos) el período medio de maduración económico, detallando cada una de las fases en que se divide.
- b) Defina (0,25 puntos) y calcule (0,25 puntos) el período medio de maduración financiero.

Nota: Para el cálculo, puede considerar el año natural o el año comercial.



## SOLUCIÓN:

- a) El período medio de maduración económico (PMMe) es el tiempo que, por término medio, tarda la empresa en recuperar el dinero invertido en el corto plazo, ciclo de explotación o ciclo dinero-mercancía-dinero. En otras palabras, es el tiempo promedio que transcurre desde que la empresa adquiere las materias primas hasta que recibe el cobro por la venta de productos, incluyendo ventas a crédito, a sus clientes.

Como la empresa de este caso se dedica a la fabricación y la comercialización, el PMMe se divide en los siguientes elementos: el período medio de aprovisionamiento (PMA), el período medio de fabricación (PMF), el período medio de venta (PMV) y el período medio de cobro (PMC). A continuación, se detalla el proceso de cálculo para cada uno de ellos:

- Teniendo en cuenta el año natural (365 días):

PMA (dato) = 25 días.

PMF =  $365 / \text{rotación de fabricación} = 365 / 29,20 = 12,5$  días.

PMV =  $365 / \text{rotación de ventas (Rv)}$ , siendo  $Rv = (\text{ventas totales a precio de coste}) / (\text{saldo medio de existencias de productos terminados}) = 600.000 / 24.000 = 25$  veces. Por tanto,  $PMV = 365 / 25 = 14,6$  días.

Finalmente,  $PMC = 365 / \text{rotación de cobros (Rc)}$ , siendo  $Rc = (\text{ventas totales a precio de venta}) / (\text{saldo medio de derechos de cobro}) = 900.000 / 60.000 = 15$  veces. Así, se obtiene que  $PMC = 365 / 15 = 24,33$  días.

Con todo, podemos calcular el PMMe de la siguiente manera:

$PMMe = PMA + PMF + PMV + PMC = 25 + 12,5 + 14,6 + 24,33 = 76,43$  días.

- Teniendo en cuenta el año comercial (360 días):

PMA = 25 días.

Rotación Fabricación = 29,20 veces.

PMF =  $360 / 29,20 = 12,33$  días.

Rotación Ventas = 25 veces.

PMV =  $360 / 25 = 14,4$  días.

Rotación Cobros = 15 veces.

PMC =  $360 / 15 = 24$  días.

$PMMe = PMA + PMF + PMV + PMC = 25 + 12,33 + 14,4 + 24 = 75,73$  días.

- b) El período medio de maduración financiero (PMMf) es el tiempo que, por término medio, tarda la empresa en recuperar los fondos invertidos en su ciclo a corto plazo. En otras palabras, es el tiempo promedio que transcurre desde que la empresa paga por las materias primas adquiridas hasta que cobra a sus clientes.

El PMMf se calcula así:  $PMMf = PMMe - \text{Período Medio de Pago (PMP)}$ .

- Año natural (365 días) →  $PMMf = 76,43 - 45 = 31,43$  días.

- Año comercial (360 días) →  $PMMf = 75,73 - 45 = 30,73$  días.

**B.6.** La empresa "DEUCE" fabrica y vende dos tipos de productos: producto 1 (raquetas de tenis) y producto 2 (pelotas de tenis). La producción anual del producto 1 ha sido de 18.000 unidades, que se han vendido en su totalidad a un precio de 30 €/unidad. En cuanto al producto 2, la producción anual ha sido de 60.000 unidades, que se han vendido en su totalidad a un precio de 1 €/unidad.

La empresa cuenta con una plantilla de 24 trabajadores con una jornada de 2.000 horas al año por cada trabajador, de las cuales el 75% se dedicaron a la producción del producto 1 y el 25% a la producción del producto 2. El coste de cada hora de trabajo es de 6 €/hora. Por otra parte, el valor total de las materias primas utilizadas es de 245.000 € para el producto 1 y de 7.500 € para el producto 2.

Teniendo en cuenta la información anterior, se pide:

- Calcule la productividad por hora de cada trabajador para el producto 1 (0,75 puntos).
- Calcule la productividad global de la empresa (1,25 puntos).

## SOLUCIÓN:

- a) La productividad del trabajo para el producto 1 se obtiene dividiendo la cantidad total de unidades fabricadas de producto 1 entre la cantidad total de horas empleadas en su fabricación. La producción total de producto 1 es de 18.000 raquetas. La cantidad total de mano de obra para el producto 1 es de 36.000 horas (24 trabajadores x 2.000 horas/trabajador x 75%). Así, la productividad por hora de cada trabajador es de 18.000 raquetas / 36.000 horas = 0,5 raquetas por hora trabajada.
- b) La Productividad Global de la empresa se obtendrá al dividir el valor total de la producción (valor de la producción de producto 1 + valor de la producción de producto 2) entre el coste de todos los factores empleados.

El valor de la producción de producto 1 es 18.000 uds x 30 €/ud = 540.000€.

El valor de la producción de producto 2 es 60.000 uds x 1 €/ud = 60.000€.

El coste total de mano de obra es 288.000€ (24 trabajadores x 2.000 horas/trabajador x 6 €/hora).

El coste total de las materias primas es 252.500€ (245.000€ + 7.500€).

La productividad global es  $(540.000€ + 60.000€) / (288.000€ + 252.500€) = 1,11$ .

Es decir, por cada euro de coste de los factores de producción se ingresan 1,11 euros.