



UNIVERSIDAD
DE MURCIA



REGIÓN DE MURCIA
CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN Y CULTURA



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA
DE CARTAGENA

PRUEBAS DE ACCESO A LA UNIVERSIDAD PARA ALUMNOS DE LOGSE (PLAN 2002)

Junio 2005

ECONOMÍA Y ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS. CÓDIGO 49

CRITERIOS DE VALORACIÓN

INSTRUCCIONES: Deberán responderse cuatro preguntas:

- Dos a elegir entre las preguntas 1, 2 y 3 (40% nota final).
- Dos a elegir entre las preguntas 4, 5 y 6 (60% nota final).

PREGUNTAS CORTAS

PREGUNTA 1 (2 puntos)

Explique los principales derechos y obligaciones del trabajador y del empresario dentro del contrato de trabajo.

	Empresario	Trabajador
Obligaciones	<ul style="list-style-type: none"> - Ocupación efectiva - Promoción y formación profesional - No discriminación y respeto a la dignidad - Mantener una adecuada política de seguridad e higiene en el trabajo 	<ul style="list-style-type: none"> - Deber de diligencia - Deber y pacto de no concurrencia - Pacto de permanencia
Derechos	<ul style="list-style-type: none"> - Poder de dirección empresarial - Modificaciones laborales no sustanciales 	<ul style="list-style-type: none"> - Traslados (poder de rechazarlo, en caso contrario recibir compensación) y desplazamientos - Recibir un salario - Vacaciones, descansos y permisos remunerados - Reserva del puesto de trabajo

Puntuación 0,2 cada uno

PREGUNTA 2 (2 puntos)

¿Cuáles son las principales ideas y aportaciones de Taylor (1,2 p) y Fayol (0,8 p) en el pensamiento sobre organización y dirección de empresas?

Taylor

Precursor administración científica. Formulación de principios para la realización eficiente del trabajo a través de mejoras en la productividad, resultado de un análisis detallado de la forma de hacer las cosas (racionalización). Defensa de los beneficios de la especialización. Aumentos de eficiencia que conllevarían a una reducción de costes, un aumento de beneficios y también de salarios. La dirección planifica y los operarios ejecutan. Selección de trabajadores según su capacidad...

Fayol

Propone una serie de principios válidos para la administración general de la empresa (unidad de mando, especialización, centralización...) que dan como resultado la estructura piramidal. Separa las funciones que se realizan en la empresa: administrativas, técnicas, comerciales, financieras, contables y de seguridad.

PREGUNTA 3 (2 puntos)

Imagine una empresa de venta de entradas por Internet, es decir, una empresa a la que recurren empresas de espectáculos para que comercialice sus entradas. Utilícela como ejemplo para explicar las políticas comerciales de la empresa.

a) Política de producto (0,6)

La característica fundamental es que se trata de productos perecederos que tienen como ventaja principal la comodidad a la hora de ser adquiridos por los clientes, ya que evita desplazamientos y además asegura la disponibilidad de la entrada. Como dice el enunciado vendería entradas de terceros fundamentalmente de conciertos, cine, teatro, etc.

b) Política de precios (0,6)

La empresa emisora de las entradas podría ofrecer descuentos por su contratación en línea frente a la venta tradicional, aunque es posible que el precio sea el mismo al consumidor final dirigiéndose el descuento a la empresa distribuidora por su intermediación. La empresa de venta de entradas podría ofrecer incentivos a sus clientes habituales.

c) Política de distribución (0,4)

Las entradas se distribuirían a través del sitio web de la empresa de venta de entradas.

d) Política de promoción o comunicación (0,4)

Orientada al público joven y de mediana edad, también de núcleos urbanos de población. La publicidad se canalizaría fundamentalmente a través del propio sitio web, también patrocinando acontecimientos culturales, o anunciándose en los medios dirigidos al segmento de población descrito.

PREGUNTAS LARGAS

PREGUNTA 4 (3 puntos)

La empresa Inspiración, S.L. presenta a finales de año la siguiente información:

Caja	1.000	Proveedores	30.000
Clientes	30.000	Acreedores a corto plazo	20.000
Efectos comerciales a cobrar	19.000	Préstamo a largo plazo	300.000
Productos terminados	300.000	Efectos a pagar a largo plazo	150.000
Edificios	30.000	Reservas estatutarias	40.000
Maquinaria	150.000	Reservas voluntarias	10.000
Equipos para procesos de información	50.000	Capital Social	50.000
Terrenos	20.000		
	600.000		600.000

Le solicitan que realice un informe a partir de las siguientes cuestiones:

- ¿Cuál es la situación de liquidez de la empresa tanto a corto plazo como a largo plazo (garantía)? (1,2 p)
- ¿Cómo valoraría el equilibrio financiero existente (% capital circulante)? (0,6 p)
- ¿Qué opinión le merece el endeudamiento a largo y a corto plazo? (1,2 p)

(Puntuación: Cada ratio supone 0,6 = 0,2 definición + 0,2 cálculo + 0,2 interpretación)

LIQUIDEZ A C.PL.			
Dispon + Realiz./Pasivo C	1,00	>0,7	Está bien, hay tesorería para los pagos más inmediatos
GARANTÍA			
Activo/Pasivo	1,20	>1,2	Situación límite para poder hacer frente a las deudas con el activo
% CAPITAL CIRCULANTE			
AC-PC/Activo	50,0%	>2%	Dispone de un FM enormemente superior al necesario
ENDEUDAMIENTO			
corto plazo - PC / Pasivo total	8,3%		La explicación al excesivo fondo de maniobra reside en la abrumadora presencia de fondos ajenos frente a los propios que a la postre puede suponer unos gastos financieros innecesarios
largo plazo - PF / Pasivo total	75,0%		

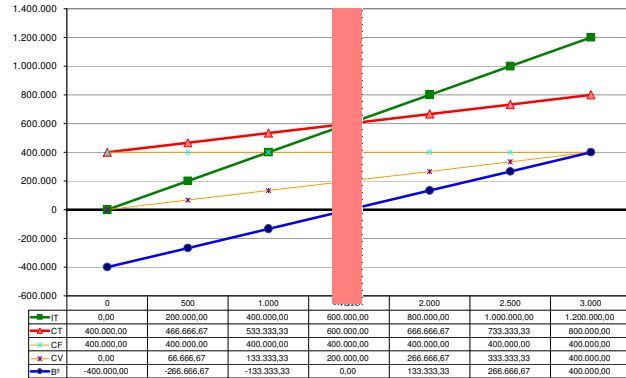
PREGUNTA 5 (3 puntos)

La empresa Posición, S.A. dedicada a la investigación y fabricación de sistemas de localización por satélite (GPS) se encuentra planificando el ejercicio próximo. Los analistas han calculado que los costes fijos anuales ascienden a 400.000 €, puesto que son productos de una elevada

tecnología y relativamente recientes. Su capacidad de producción anual es de 9.000 Uds., y los costes variables unitarios se estiman en 133,33€.

a) A un precio de venta de 400 €/unidad, ¿cuántos sistemas deben venderse para que en ese año se cubrieran costes (0'4 p)? ¿qué nivel de ventas representaría (0'4 p)? Representálo gráficamente (0'4 p).

1.500 unidades – 600.000 €.



b) ¿Cuál será el beneficio anual que se conseguiría de vender todo lo que se es capaz de producir? (0'4 p) Una vez que se ha alcanzado el punto muerto, ¿cómo contribuye al beneficio cada aparato adicional vendido? (0'4 p)

2.000.000 € – 266,67 €

c) Por el valor de los costes ofrecidos y el tipo de empresa en cuestión, ¿cómo crees que es la estructura de costes de esta empresa? (0'5 p) Imagínate que subcontratara la mayor parte de su producción y, por tanto, se dedicara básicamente a distribuir, ¿qué cambios más evidentes se producirían en su estructura de costes y cómo afectarían a los beneficios y las pérdidas en torno al umbral de rentabilidad? (0'5 p)

Se trata de una estructura de costes dominada por los costes fijos, lo que supone una empresa intensiva en la utilización de tecnología, más que en mano de obra.

Al subcontratar habría un aumento de los costes variables y una disminución de los costes fijos. Situación que conllevaría a tener unas pérdidas menores antes del umbral de rentabilidad, pero unos beneficios también menores cuando lo superen. Esto es debido a cubrir los costes fijos antes, pero contar con menor contribución unitaria al beneficio.

PREGUNTA 6 (3 puntos)

Amancio Ortega, el creador de Zara, montó su primera tienda en 1975, hoy día el grupo Inditex cuenta con más de 44.000 empleados y más de 2.100 tiendas implantadas en 52 países. Antes de establecerse por su cuenta trabajó como empleado en una lencería constatando que las batas de seda eran un producto muy demandado pero al que solo unos pocos podían acceder. Su éxito fue hacer batas con una calidad similar a las que vendía pero con un precio inferior. Esta filosofía de “popularizar la moda” sigue imperando en la gran multinacional que hoy día es Zara, cada empleado escucha los modelos que demandan sus clientes para transmitirlo a la central en Arteixo (La Coruña). Los responsables de las tiendas escuchan y hablan con los clientes sobre las prendas, observan y estudian las tendencias en las pasarelas de moda, ferias del sector, universidades y discotecas. Otro importante factor de éxito es la rapidez y frecuencia con la que lanzan sus colecciones, frente a la práctica del sector de dos colecciones por temporada Zara introduce el concepto de “colecciones vivas”, fabricadas, distribuidas y vendidas prácticamente con la misma rapidez que los clientes modifican sus gustos.

a) ¿Qué tipo de estrategia sigue? (0,6 p)

El precio inferior de sus productos con respecto a la competencia es un factor fundamental. Los costes bajos se deben fundamentalmente a la innovación

b) ¿Qué tipo de investigación de mercado lleva a cabo? (0,6p)

En lugar de usar las encuestas, la recogida de información se basa en la observación directa de los gustos y preferencias de la población

c) ¿Cómo crees que organiza la producción y distribución de sus productos? (0,6p)

Por la información que ofrece el enunciado se desprende que la flexibilidad y la rapidez son factores fundamentales, tanto a la hora de programar la fabricación como las cuestiones logísticas para conseguir que los productos estén disponibles lo antes posible en los puntos de venta.

d) ¿Qué política de inventario crees que practica? (0,4 p)

Al pretender contar con colecciones vivas resulta imprescindible tener siempre los productos recién lanzados, así los inventarios deben ser lo más pequeños posible.

e) ¿Qué tipo de relación crees que guardan las distintas tiendas y la central entre sí? (0,4 p)

El intercambio de información resulta fundamental para detectar y compartir el conocimiento de los productos que mejor se consumen para reponerlos. Así, la interconexión electrónica entre las tiendas y la central es un elemento fundamental en la operativa del grupo.

f) ¿Qué tipo de publicidad crees que lleva a cabo Zara? (0,4 p)

Salvo circunstancias muy puntuales, como son las rebajas, Zara no realiza publicidad. Su principal arma de comunicación es el boca a boca y la presencia en los mejores locales en el centro de las ciudades.