



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

Curso **2021-2022**

MATERIA: ECONOMÍA DE LA EMPRESA

INSTRUCCIONES GENERALES Y CALIFICACIÓN

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

- Responda dos preguntas de 1 punto a elegir indistintamente entre las siguientes preguntas: A.1, B.1, A.2, B.2.
- Responda cuatro preguntas de 2 puntos 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 preguntas 1ª y 2ª se calificarán con un máximo de 1 punto. Las preguntas 3ª, 4ª, 5ª y 6ª se calificarán con un máximo de 2 puntos.

A.1. Nombre las cuatro funciones clásicas de la dirección de la empresa (0,5 puntos) y explique a cuál de ellas pertenecerían las siguientes tareas: a) fijar los incentivos para motivar a los trabajadores (0,25 puntos), b) medir las desviaciones respecto de los objetivos previstos (0,25 puntos).

A.2. Dentro del concepto de I+D+i, defina a qué nos referimos por investigación (0,25 puntos) y por desarrollo (0,25 puntos). Indique un ejemplo para cada uno de los dos términos anteriores (0,5 puntos).

A.3. El proceso de globalización que afecta a las empresas sienta las bases para su internacionalización. Explique qué es una empresa multinacional (1 punto) y desarrolle cuatro características que diferencian a una empresa multinacional frente a las demás (1 punto).

A.4. La realización de estudios de mercado, por parte de la empresa, resulta necesaria para conocer su mercado objetivo. ¿Qué departamento se encarga de realizar tal actividad? (0,5 puntos). Indique y explique dos fases de un estudio de mercado o investigación del mercado (1 punto). Señale dos razones que expliquen la utilidad de la información que se obtiene de estos estudios de mercado (0,5 puntos).

A.5. La empresa "GELATISSIMO, S.A." se dedica a la venta de helados artesanos y presenta la siguiente situación patrimonial al cierre del año 2021, expresada en euros: equipamiento informático, 16.600; mobiliario, 14.300; aplicaciones informáticas, 3.300; capital desembolsado por los accionistas, 3.000; reservas, 800; existencias, 6.900; préstamo con una entidad de crédito a devolver en 5 años: 34.000; deudas con una entidad de crédito a devolver en 4 meses, 4.600; deudas a corto plazo con hacienda pública, 1.300; facturas pendientes de pagar a los proveedores, 5.100; facturas pendientes de cobro a los clientes, 1.200; cuentas corrientes en bancos, 10.400; dinero en caja, 600; amortización acumulada del inmovilizado intangible, 100; amortización acumulada del inmovilizado material, 3.200. Teniendo en cuenta la información anterior, se pide:

- Calcule el resultado del ejercicio 2021 de esta empresa (0,25 puntos).
- Elabore el Balance de Situación de la empresa a 31 de diciembre de 2021, indicando las principales masas patrimoniales (1 punto).
- Calcule los valores de las siguientes ratios de la empresa e interprete su resultado (0,75 puntos):
 - Ratio de liquidez: activo corriente / pasivo corriente. Valor recomendado de referencia: entre 1,5 y 2.
 - Ratio de garantía: activo total / pasivo total. Valor recomendado de referencia: entre 1,5 y 2,5.
 - Ratio de endeudamiento: pasivo / (patrimonio neto + pasivo). Valor recomendado de referencia: entre 0,4 y 0,6.

A.6. Una empresa fabrica y vende un único producto. Su producción anual ha sido de 1.800 unidades, que se han vendido en su totalidad a un precio de 234 €/unidad. La empresa cuenta con una plantilla de 24 trabajadores con una jornada de 1.700 horas al año por cada trabajador. El coste de cada hora de trabajo es de 7 €/hora por trabajador. Por otra parte, el consumo de su materia prima ascendió a 1.250 kg que pagó a un precio de 10 €/kg. Teniendo en cuenta la información anterior, se pide:

- Calcule la productividad por hora de trabajo de cada trabajador (0,5 puntos).
- Calcule la productividad global de la empresa e interprete el resultado (1 punto).
- Si la productividad global de las empresas del sector es mayor que la de esta empresa, justifique alguna de las opciones que tendría esta empresa para acercar su dato de productividad global al de la media del sector (0,5 puntos).

B.1. Explique dos diferencias entre los empresarios individuales o autónomos y las sociedades de Responsabilidad Limitada (0,5 puntos). Ponga dos ejemplos de sociedades mercantiles (0,5 puntos).

B.2. Defina el concepto de mercado desde el punto de vista de la actividad comercial (0,5 puntos). Enumere dos criterios en función de los cuales se pueden clasificar los mercados (0,5 puntos).

B.3. Explique en qué consiste la estrategia de penetración de mercado (0,5 puntos). Explique dos variables del marketing mix que utilizaría para llevar a cabo esta estrategia (1 punto). ¿En qué se diferencia la estrategia de penetración de mercado de la estrategia de desarrollo de mercados? (0,5 puntos).

B.4. Indique dos características de cada una de las teorías X e Y de McGregor sobre el comportamiento humano (1 punto). De los siguientes supuestos de comportamiento de los trabajadores, indique cuáles corresponden a la teoría X y cuáles a la Y: a) son presionados por medio de sanciones (0,25 puntos); b) logran resultados por sí mismos (0,25 puntos); c) se sienten autorrealizados en el trabajo (0,25 puntos); d) necesitan ser dirigidos (0,25 puntos).

B.5. La empresa "BIO-LIVE, S.A." comercializa aceite de oliva virgen extra ecológico en botella. El 1 de enero de 2021 cuenta con unas existencias iniciales de 1.000 botellas adquiridas a 11 € cada una. En el mes de marzo adquiere 2.600 nuevas unidades a 10 €/botella. Durante mayo se hace con 2.400 botellas a 9,5 €/botella. Las fuertes olas de calor del verano han encarecido el precio de mercado de la nueva cosecha. Así, la empresa adquiere durante octubre 2.000 botellas a 14,1 €/botella. Con la llegada de la campaña navideña, en el mes de diciembre, vende 7.200 botellas a 27 €/botella. Teniendo en cuenta la información anterior, sin ser preciso que elabore la ficha de control de existencias, se pide:

- Calcule el número de botellas que mantiene la empresa en sus almacenes el 31 de diciembre de 2021, tras la campaña navideña (0,5 puntos).
- Calcule el valor de las existencias a 31 de diciembre de 2021, según el método FIFO (0,75 puntos).
- Calcule el Precio Medio Ponderado (PMP) de las existencias a 31 de diciembre de 2021 (0,5 puntos). Conforme a este método, ¿cuál sería el valor de las existencias finales a 31 de diciembre de 2021? (0,25 puntos).

B.6. Una empresa obtiene la siguiente información contable a fecha 31/12/2021, expresada en euros: compra de materias primas, 486.000; gastos de suministros, 116.400; venta de productos terminados, 979.000; amortización del inmovilizado, 28.400; intereses de la deuda, 15.000; otros ingresos de explotación, 250.000; activo total, 1.650.000; fondos propios, 575.000. Teniendo en cuenta la información anterior, se pide:

- Elabore la Cuenta de Pérdidas y Ganancias especificando los diferentes niveles de resultados según el modelo del Plan General de Contabilidad (el impuesto de sociedades es del 25 %) (1 punto).
- Calcule e interprete la rentabilidad económica de la empresa (0,5 puntos).
- Calcule e interprete la rentabilidad financiera de la empresa (0,5 puntos).

ECONOMÍA DE LA EMPRESA

CRITERIOS ESPECÍFICOS DE CORRECCIÓN Y CALIFICACIÓN

- A.1.** Conocer las cuatro funciones directivas clásicas y relacionarlas con los supuestos prácticos.
 - A.2.** Conocer los conceptos de investigación, desarrollo e innovación en el ámbito de la innovación tecnológica.
 - A.3.** Conocer el concepto de empresa multinacional y las diferencias frente a las demás empresas.
 - A.4.** Conocer y explicar las distintas fases que componen un estudio de mercado, así como la finalidad del mismo.
 - A.5.** Saber elaborar el Balance de Situación de una empresa, distinguiendo las distintas masas patrimoniales, así como aplicar dicho conocimiento al cálculo e interpretación de indicadores financieros.
 - A.6.** Saber calcular la productividad del trabajo y calcular e interpretar la productividad global de una empresa, así como explicar los factores que determinan las variaciones de la productividad.
-
- B.1.** Conocer las diferencias existentes entre los empresarios individuales y las sociedades de responsabilidad limitada, así como distinguir los tipos de sociedades mercantiles.
 - B.2.** Conocer el concepto de mercado desde la perspectiva comercial y los criterios para su clasificación.
 - B.3.** Conocer las estrategias de expansión o especialización. Explicar en qué consiste y cómo se puede llevar a cabo una estrategia de penetración de mercado.
 - B.4.** Conocer las teorías X e Y de McGregor y saber las características de cada una de ellas para identificar supuestos concretos.
 - B.5.** Saber calcular las existencias finales en el almacén de una empresa, a partir de las entradas y salidas registradas, así como valorarlas correctamente de acuerdo con los métodos FIFO y Precio Medio Ponderado.
 - B.6.** Saber calcular el resultado de explotación, el resultado financiero y el resultado del ejercicio de una empresa, elaborando la Cuenta de Pérdidas y Ganancias. Calcular e interpretar la rentabilidad económica y financiera de una empresa.

ECONOMÍA DE LA EMPRESA

SOLUCIONES

(Documento de trabajo orientativo)

El contenido siguiente tiene carácter indicativo que requiere construcción por parte del alumno

A.1. Nombre las cuatro funciones clásicas de la dirección de la empresa (0,5 puntos) y explique a cuál de ellas pertenecerían las siguientes tareas: a) fijar los incentivos para motivar a los trabajadores (0,25 puntos), b) medir las desviaciones respecto de los objetivos previstos (0,25 puntos).

SOLUCIÓN:

Las funciones de la dirección de la empresa son las siguientes: planificación, organización, gestión o dirección y control.

La asignación de las funciones a los ejemplos es la siguiente:

- a) Fijar los incentivos para motivar a los trabajadores: función de gestión o dirección.
- b) Medir las desviaciones respecto de los objetivos previstos: función de control.

A.2. Dentro del concepto de I+D+i, defina a qué nos referimos por investigación (0,25 puntos) y por desarrollo (0,25 puntos). Indique un ejemplo para cada uno de los dos términos anteriores (0,5 puntos).

SOLUCIÓN:

La investigación es la búsqueda de nuevos conocimientos teóricos o experimentales.

El desarrollo es la aplicación de la investigación para la obtención de productos o procesos, con el objetivo de su explotación económica.

A través de la investigación, por ejemplo, se avanza en el conocimiento de los coronavirus, su comportamiento, mutaciones, tratamientos, etc. Con las actividades de desarrollo se aplican los conocimientos anteriores a la elaboración de las diferentes vacunas que se comercializan.

A.3. El proceso de globalización que afecta a las empresas sienta las bases para su internacionalización. Explique qué es una empresa multinacional (1 punto) y desarrolle cuatro características que diferencian a una empresa multinacional frente a las demás (1 punto).

SOLUCIÓN:

Una empresa multinacional está formada por una empresa matriz que cuenta con una serie de filiales que operan en diferentes países del mundo y que comparten unos mismos objetivos.

Las características que diferencian a una empresa multinacional frente a las demás pueden ser:

- Tienen fuerza en el mercado ya que hay que tener en cuenta tanto la empresa matriz como las filiales, teniendo cierta ventaja en relación a las demás empresas.
- Están creciendo constantemente, por lo que, hay más posibilidad de fusionarse con otras empresas más pequeñas y absorber el mercado.
- Suelen trabajar con tecnología moderna, por lo que, obtienen mejores resultados económicos.
- Aprovechan las economías de escala.
- Realizan una inversión más elevada en I+D+i.
- Tienen mayor poder negociador.
- Tienen mayor tamaño empresarial.

A.4. La realización de estudios de mercado, por parte de la empresa, resulta necesaria para conocer su mercado objetivo. ¿Qué departamento se encarga de realizar tal actividad? (0,5 puntos). Indique y explique dos fases de un estudio de mercado o investigación del mercado (1 punto). Señale dos razones que expliquen la utilidad de la información que se obtiene de estos estudios de mercado (0,5 puntos).

SOLUCIÓN:

El departamento o función empresarial que se encarga de realizar los estudios o investigación del mercado es el departamento comercial o de marketing, esto es, la función comercial de la empresa.

Entre las fases que componen un estudio de mercado pueden citarse las siguientes: definición del objetivo de la investigación; diseño metodológico de la investigación; recopilación de datos; separación, estructuración de los datos y análisis e interpretación de los datos obtenidos; elaboración de un informe final y presentación de resultados.

- En la definición de la investigación se pretende definir el problema y los objetivos de la investigación. Esta fase ayuda a centrar qué se quiere analizar, a quién se va a dirigir la investigación y las variables que deben considerarse.
- En la fase de diseño del plan de investigación se define la manera en la que se va a llevar a cabo la investigación y los métodos para la obtención de la información, según el presupuesto y el tiempo disponible para realizar la investigación.
- En la fase de recopilación y búsqueda de la información se considera si los datos que se necesitan ya existen o si es necesario obtenerlos de primera mano. Esto implica trabajar con fuentes de información secundaria y con fuentes de información primarias, ya sean elaboradas por otras entidades o generadas por la propia empresa con distintas técnicas, tales como encuestas, observación, entrevistas en profundidad, etc.
- En la fase de separación y estructuración de los datos, estos son clasificados y transformados para permitir la obtención de información útil para su correcto análisis e interpretación. En esta fase se suelen aplicar técnicas estadísticas de tratamiento de datos y, posteriormente, en la interpretación de los datos obtenidos, se analizan los resultados.
- En la fase de elaboración del informe final se presentan las principales conclusiones del estudio, para facilitar la posterior toma de decisiones y seguimiento de los resultados.

La información que se obtiene al realizar un estudio de mercado resulta de utilidad por varias razones: facilita el diseño de las diferentes estrategias comerciales; ayuda a identificar los diferentes segmentos de mercado; permite controlar o evaluar acciones comerciales específicas puestas en marcha; determina cómo se encuentra el mercado y el entorno donde va a competir la empresa, entre otras.

A.5. La empresa “GELATISSIMO, S.A.” se dedica a la venta de helados artesanos y presenta la siguiente situación patrimonial al cierre del año 2021, expresada en euros: equipamiento informático, 16.600; mobiliario, 14.300; aplicaciones informáticas, 3.300; capital desembolsado por los accionistas, 3.000; reservas, 800; existencias, 6.900; préstamo con una entidad de crédito a devolver en 5 años: 34.000; deudas con una entidad de crédito a devolver en 4 meses, 4.600; deudas a corto plazo con hacienda pública, 1.300; facturas pendientes de pagar a los proveedores, 5.100; facturas pendientes de cobro a los clientes, 1.200; cuentas corrientes en bancos, 10.400; dinero en caja, 600; amortización acumulada del inmovilizado intangible, 100; amortización acumulada del inmovilizado material, 3.200. Teniendo en cuenta la información anterior, se pide:

- a) Calcule el resultado del ejercicio 2021 de esta empresa (0,25 puntos).
- b) Elabore el Balance de Situación de la empresa a 31 de diciembre de 2021, indicando las principales masas patrimoniales (1 punto).
- c) Calcule los valores de las siguientes ratios de la empresa e interprete su resultado (0,75 puntos):
 - Ratio de liquidez: activo corriente / pasivo corriente. Valor recomendado de referencia: entre 1,5 y 2.
 - Ratio de garantía: activo total / pasivo total. Valor recomendado de referencia: entre 1,5 y 2,5.
 - Ratio de endeudamiento: pasivo / (patrimonio neto + pasivo). Valor recomendado de referencia: entre 0,4 y 0,6.

SOLUCIÓN:

- a) El resultado de la empresa se obtiene como la diferencia entre el activo total (50.000 €) y el patrimonio neto (sin el resultado) y el pasivo (48.800 €). Por tanto, el resultado del ejercicio es de 1.200 €

b) Balance de Situación:

Activo No Corriente	30.900	Patrimonio Neto	5.000
Inmovilizado Intangible	3.200	Capital social	3.000
Aplicaciones informáticas	3.300	Reservas	800
Amort. Acum. Inmov. Intangible	-100	Resultado del ejercicio	1.200
Inmovilizado Material	27.700	Pasivo No Corriente	34.000
Mobiliario	14.300	Préstamo a largo plazo	34.000
Equipamiento informático	16.600	Pasivo Corriente	11.000
Amort. Acum. Inmov. Material	-3.200	Préstamo a corto plazo	4.600
Activo Corriente	19.100	Hacienda pública, acreedora	1.300
Existencias	6.900	Proveedores	5.100
Clientes	1.200		
Bancos	10.400		
Caja	600		
Total Activo	50.000	Total Patrimonio Neto y Pasivo	50.000

c)

- Ratio de liquidez: activo corriente / pasivo corriente = $19.100 / 11.000 = 1,74$
La empresa tiene un valor correcto de liquidez, lo que indica que no tendría problemas para hacer frente a sus deudas a corto plazo con sus activos a corto plazo.
- Ratio de garantía: activo total / pasivo total = $50.000 / 45.000 = 1,11$
Presenta un valor bajo, por lo que la empresa ofrece pocas garantías a los acreedores para cobrar sus deudas totales.
- Ratio de endeudamiento: pasivo / (patrimonio neto + pasivo) = $45.000 / 50.000 = 0,90$
El valor de endeudamiento es alto, lo que indica el excesivo peso que tienen las deudas sobre los recursos financieros totales de la empresa.

A.6. Una empresa fabrica y vende un único producto. Su producción anual ha sido de 1.800 unidades, que se han vendido en su totalidad a un precio de 234 €/unidad. La empresa cuenta con una plantilla de 24 trabajadores con una jornada de 1.700 horas al año por cada trabajador. El coste de cada hora de trabajo es de 7 €/hora por trabajador. Por otra parte, el consumo de su materia prima ascendió a 1.250 kg que pagó a un precio de 10 €/kg. Teniendo en cuenta la información anterior, se pide:

- a) Calcule la productividad por hora de trabajo de cada trabajador (0,5 puntos).
- b) Calcule la productividad global de la empresa e interprete el resultado (1 punto).
- c) Si la productividad global de las empresas del sector es mayor que la de esta empresa, justifique alguna de las opciones que tendría esta empresa para acercar su dato de productividad global al de la media del sector (0,5 puntos).

SOLUCIÓN:

- a) La productividad del trabajo es el cociente entre la producción obtenida y las unidades de factor trabajo empleadas en su obtención ($PT = Q/T$).
Conforme a los datos facilitados, la producción anual es de 1.800 unidades y se emplean para ello a 24 trabajadores con una jornada anual de 1.700 horas de trabajo.
Las unidades de factor trabajo serían 24 trabajadores X 1.700 horas = 40.800 horas de trabajo anuales;
 $PT = (1.800/40.800) = 0,04$ unidades por hora de cada trabajador.
- b) La productividad global es la productividad del conjunto de factores empleados por la empresa, que en este caso está formado por trabajo y materias primas:
 - Trabajo: Coste T = 24 trabajadores X 1.700 horas X 7 €/hora trabajada = 285.600 €
 - Materias primas: Coste M.P. = 12.500 €
 - Ingresos = 1.800 unidades X 234 € = 421.200 €

$$PG = 421.200 / (285.600 + 12.500) = 421.200 / 298.100 = 1,41$$

Por cada 1 € de factor productivo empleado se obtienen 1,41 € de producto terminado y vendido.

- c) Para mejorar la productividad global la empresa podría intentar negociar el precio de la materia prima, o incorporar mejoras en su sistema productivo (innovaciones de proceso), o mejorar los productos (innovaciones de producto) para subirles el precio, de forma que el cociente entre el valor de la producción y el valor del conjunto de factores empleados se acerque más al de la media de la competencia.

B.1. Explique dos diferencias entre los empresarios individuales o autónomos y las sociedades de Responsabilidad Limitada (0,5 puntos). Ponga dos ejemplos de sociedades mercantiles (0,5 puntos).

SOLUCIÓN:

Algunas de las diferencias entre los empresarios individuales y las sociedades de Responsabilidad Limitada son:

- Los empresarios individuales tienen responsabilidad ilimitada, es decir, deberán responder a las obligaciones frente a terceros con todo su patrimonio presente y futuro. Por el contrario, en las sociedades de Responsabilidad Limitada la responsabilidad está limitada al capital aportado.
- Los empresarios tienen personalidad física, mientras que las sociedades de Responsabilidad Limitada tienen personalidad jurídica.
- Los empresarios individuales no necesitan un capital mínimo para crear su empresa, mientras que sí existe un capital mínimo para el caso de las sociedades de Responsabilidad Limitada.
- Los empresarios individuales tributan por el IRPF, mientras que las sociedades de Responsabilidad Limitada lo hacen por el impuesto de sociedades.
- Las sociedades de Responsabilidad Limitada deben inscribirse en el Registro Mercantil, a diferencia de los empresarios individuales.

Las sociedades mercantiles pueden ser, entre otras: sociedad colectiva, sociedad comanditaria simple, sociedad comanditaria por acciones, sociedad de responsabilidad limitada y sociedad anónima.

B.2. Defina el concepto de mercado desde el punto de vista de la actividad comercial (0,5 puntos). Enumere dos criterios en función de los cuales se pueden clasificar los mercados (0,5 puntos).

SOLUCIÓN:

El mercado es el conjunto de consumidores actuales y potenciales que tienen necesidades y pretenden satisfacerlas mediante la compra de un producto a un oferente.

Los mercados se pueden clasificar en función de diferentes criterios, por ejemplo: número de oferentes, área geográfica, naturaleza del producto, motivo de compra, posibilidades de expansión, tipo de demandante, desarrollo temporal, libertad de funcionamiento, etc.

B.3. Explique en qué consiste la estrategia de penetración de mercado (0,5 puntos). Explique dos variables del marketing mix que utilizaría para llevar a cabo esta estrategia (1 punto). ¿En qué se diferencia la estrategia de penetración de mercado de la estrategia de desarrollo de mercados? (0,5 puntos).

SOLUCIÓN:

La estrategia de penetración de mercado es una estrategia de crecimiento empresarial de expansión o especialización. A través de ella, las empresas se plantean aumentar el volumen de ventas en el mercado tradicional, bien vendiendo más a sus actuales clientes o captando clientes de la competencia.

Para implantar esta estrategia, podemos utilizar las herramientas de comunicación comercial, para dar a conocer nuestro producto y posicionarlo. Podemos buscar una diferenciación a través de la publicidad o un posicionamiento a través de promociones y de precios bajos. Otra posibilidad sería a través de la distribución o producto (imagen de marca, etc.).

La diferencia con la estrategia de desarrollo de mercados reside en que, en esta última, el crecimiento de las ventas de la empresa se produce a través de la expansión a nuevos mercados geográficos o a nuevos segmentos de mercado.

B.4. Indique dos características de cada una de las teorías X e Y de McGregor sobre el comportamiento humano (1 punto). De los siguientes supuestos de comportamiento de los trabajadores, indique cuáles corresponden a la teoría X y cuáles a la Y: a) son presionados por medio de sanciones (0,25 puntos); b) logran resultados por sí mismos (0,25 puntos); c) se sienten autorrealizados en el trabajo (0,25 puntos); d) necesitan ser dirigidos (0,25 puntos).

SOLUCIÓN:

Según la teoría X de McGregor, los trabajadores:

- Tienen aversión al trabajo, lo consideran un mal que se ha de soportar y, como consecuencia, trabajan lo mínimo posible.
- No tienen ambición y, por tanto, no quieren responsabilidades.
- Prefieren que les manden.
- No quieren cambios y prefieren métodos conocidos.
- Solo se logra que se esfuercen mediante el control y la amenaza.

Según la teoría Y de McGregor, los trabajadores:

- Quieren trabajar, el trabajo les estimula y les ayuda a realizarse.
- Tienen ambición, imaginación y creatividad.
- Quieren responsabilidades y se sienten responsables de su trabajo.
- Desarrollan autocontrol para conseguir los objetivos que les son confiados.

Los supuestos:

- a) Son presionados por medio de sanciones: teoría X
- b) Logran resultados por sí mismos: teoría Y.
- c) Se sienten autorrealizados en el trabajo: teoría Y.
- d) Necesitan ser dirigidos: teoría X.

B.5. La empresa “BIO-LIVE, S.A.” comercializa aceite de oliva virgen extra ecológico en botella. El 1 de enero de 2021 cuenta con unas existencias iniciales de 1.000 botellas adquiridas a 11 € cada una. En el mes de marzo adquiere 2.600 nuevas unidades a 10 €/botella. Durante mayo se hace con 2.400 botellas a 9,5 €/botella. Las fuertes olas de calor del verano han encarecido el precio de mercado de la nueva cosecha. Así, la empresa adquiere durante octubre 2.000 botellas a 14,1 €/botella. Con la llegada de la campaña navideña, en el mes de diciembre, vende 7.200 botellas a 27 €/botella. Teniendo en cuenta la información anterior, sin ser preciso que elabore la ficha de control de existencias, se pide:

- a) Calcule el número de botellas que mantiene la empresa en sus almacenes el 31 de diciembre de 2021, tras la campaña navideña (0,5 puntos).
- b) Calcule el valor de las existencias a 31 de diciembre de 2021, según el método FIFO (0,75 puntos).
- c) Calcule el Precio Medio Ponderado (PMP) de las existencias a 31 de diciembre de 2021 (0,5 puntos). Conforme a este método, ¿cuál sería el valor de las existencias finales a 31 de diciembre de 2021? (0,25 puntos).

SOLUCIÓN:

a)

$$\text{Existencias finales a 31 dic} = \text{Existencias iniciales} + \text{entradas} - \text{salidas}$$

$$= 1.000 + (2.600 + 2.400 + 2.000) - 7.200 = \mathbf{800 \text{ botellas}}$$

- b) Como las 7.200 botellas vendidas han sido 1.000 a 11 €/botella + 2.600 a 10 €/botella + 2.400 a 9,5 €/botella + 1.200 a 14,1 €/botella, las 800 botellas que quedan en existencias finales se valoran de la siguiente forma:

$$\text{Valoración FIFO} = 800 \times 14,1 = \mathbf{11.280 \text{ euros}}$$

c)

$$\text{PMP} = \frac{(1.000 \times 11) + (2.600 \times 10) + (2.400 \times 9,5) + (2.000 \times 14,1)}{1.000 + 2.600 + 2.400 + 2.000} = \frac{88.000}{8.000} =$$

$$= \mathbf{11€}$$

A continuación, aplicamos el PMP al número de existencias finales para calcular el valor de estas:

Valoración PMP = 800 × 11 = 8.800 euros

B.6. Una empresa obtiene la siguiente información contable a fecha 31/12/2021, expresada en euros: compra de materias primas, 486.000; gastos de suministros, 116.400; venta de productos terminados, 979.000; amortización del inmovilizado, 28.400; intereses de la deuda, 15.000; otros ingresos de explotación, 250.000; activo total, 1.650.000; fondos propios, 575.000. Teniendo en cuenta la información anterior, se pide:

- Elabore la Cuenta de Pérdidas y Ganancias especificando los diferentes niveles de resultados según el modelo del Plan General de Contabilidad (el impuesto de sociedades es del 25 %) (1 punto).
- Calcule e interprete la rentabilidad económica de la empresa (0,5 puntos).
- Calcule e interprete la rentabilidad financiera de la empresa (0,5 puntos).

SOLUCIÓN:

- La Cuenta de Pérdidas y Ganancias:

	IMPORTE
Ventas de productos terminados	979.000
Otros ingresos	250.000
Compra de materias primas	-486.000
Suministros	-116.400
Amortización del Inmovilizado	-28.400
Resultado de explotación	598.200
Intereses de la deuda	-15.000
Resultado financiero	-15.000
Resultado antes de impuestos	583.200
Impuesto sobre sociedades (25 %)	- 145.800
Resultado del ejercicio	437.400

- Rentabilidad económica: Resultado de explotación (Beneficio antes de intereses e impuestos, BAII) / Activo total.
 Rentabilidad económica = $(598.200 / 1.650.000) \times 100 = 0,3625 \times 100 = 36,25 \%$
 Por cada 100 euros invertidos en esta empresa, se obtienen 36,25 € de beneficio antes de intereses e impuestos.
- Rentabilidad financiera: Beneficio neto (resultado del ejercicio) / Fondos propios (o patrimonio neto).
 Rentabilidad financiera: $(437.400 / 575.000) \times 100 = 0,7607 \times 100 = 76,07 \%$
 Por cada cien euros de fondos propios, se obtienen 76,07 euros de beneficio neto.