

PRIMER EVALUACION

TEMA 1.- EL PAPEL DE LA EMPRESA EN LA ECONOMIA

Definir la empresa, sus funciones y sus objetivos

Teorías sobre el empresario

Formas de Competencia

1. Explique la relación de intercambio económico que se produce entre empresas y familias o economías domésticas (1 punto).
2. Defina el concepto de empresa (0,5 puntos) y explique dos de las funciones que la empresa realiza (0,5 puntos).
3. ¿Qué es el mercado? (0,5 puntos). Señale dos ejemplos de clases de mercados (0,5 puntos).
4. Señale las diferencias entre el monopolio (0,5 puntos) y el oligopolio (0,5 puntos).
5. Señale y explique, razonadamente, las diferentes clasificaciones de tipos de mercados (2 puntos).
6. La figura del empresario, como el cuarto factor de producción, ha sido muy detallada a lo largo de la historia. Mencione, al menos, dos autores que hayan hecho definiciones sobre alguna característica que define al verdadero empresario y resuma sus contribuciones (2 puntos).
7. Enumere y defina las áreas funcionales más características de la empresa (1 punto).
8. Determine la veracidad o falsedad de cada una de las siguientes afirmaciones, justificando la respuesta:
 - a. En un mercado en competencia perfecta la política comercial de las empresas estaría orientada a la diferenciación del producto con respecto a la de sus competidores (0,5 puntos).
 - b. Un mercado en competencia monopolística se caracteriza por la existencia de un solo vendedor y muchos compradores (0,5 puntos).
 - c. En un oligopolio la política comercial adoptada por una empresa influye en la del resto de las empresas participantes en el mercado (0,5 puntos).
 - d. En el monopolio el precio se establece por el juego de la oferta y la demanda (0,5 puntos).
9. Clasifique los mercados según el grado de competencia: defina cada categoría e indique las principales características de cada tipo de mercado (2 puntos).

4. Para poder coordinar todos sus elementos y alcanzar sus objetivos, la empresa se divide en una serie de áreas funcionales que actúan conjuntamente. Señale al menos cuatro áreas importantes (1 punto) e indique cuáles son las características de cada una de ellas (1 punto).

SOLUCIÓN:

Las cuatro áreas son:

- Área comercial: incluye el conjunto de actividades necesarias para hacer llegar, a los consumidores, los bienes y servicios producidos.
- Área de producción: controla el aprovisionamiento de las materias primas y gestiona la producción de los bienes y servicios.
- Área de inversión y financiación: capta los fondos necesarios para el funcionamiento de la empresa y analiza la política de inversiones.
- Área de recursos humanos: selecciona y contrata trabajadores, se dedica a la formación y organiza todo el personal, además de la administración y gestión de la documentación que se deriva de ello.

2. Señale como se denominan cada uno de los elementos o factores que se combinan para producir, explicando cada uno de ellos (1 punto).

SOLUCIÓN:

Los elementos que se combinan para producir se denominan factores de producción, que son básicamente tres:

Tierra o recursos naturales, que son la materia prima, la energía y los suministros materiales diversos que conforman el producto.

Trabajo, es la mano de obra o el tiempo que dedican los trabajadores a la producción de un bien o servicio.

Capital, comprende el conjunto de bienes de inversión necesarios para la producción, como maquinaria, herramientas, instalaciones, edificios,...

3. Explique en qué consiste la responsabilidad medioambiental de la empresa (1 punto) ¿Cuál es la incidencia esperada de esta responsabilidad sobre los resultados de la empresa? (0,5 puntos) ¿Existe alguna relación entre ella y el posicionamiento de los productos comercializados por la empresa? (0,5 puntos). Justifique sus respuestas

TEMA 2.- FORMAS Y CLASES DE EMPRESAS

- *Clasificación de las empresas*

- *Según su forma jurídica*

1. Enumere y explique los sectores en que se divide la actividad económica. Ponga dos ejemplos de empresas pertenecientes a cada uno de ellos (1 punto).

2. Clasifique las empresas según su actividad económica (1 punto).

3. Una pareja recién graduada en la licenciatura de administración y dirección de empresas decide montar un despacho de consultoría, para lo cual se plantea la forma jurídica de constituir su negocio, bien en forma de sociedad de responsabilidad limitada o bien como empresarios individuales. Enumere dos características de una y otra forma jurídica (1 punto).

4.- Enumere tres formas en que se pueden clasificar las empresas (1 punto). Un grupo de abogados con prestigio quiere montar un bufete pero disponen de poco capital inicial. Razone qué tipos de empresas le recomendaría utilizando para ello el criterio jurídico (1 punto).

5.- Podrían utilizar dos tipos de empresas dadas sus características. Si disponen de poco dinero inicial, lo mejor sería una sociedad limitada, pues sólo necesitan 3.005 euros para constituir la sociedad. También podrían utilizar la fórmula de sociedad colectiva, pues es muy utilizada por los profesionales ya que disponen de un activo su reputación y prestigio que permite un funcionamiento adecuado a sus necesidades.

7.- Exponga las principales características de las sociedades mercantiles limitadas y comanditarias. (1 punto)

8.- Un grupo de trabajadores de una fábrica de muebles en quiebra deciden constituir una sociedad cooperativa de producción para poder seguir adelante. ¿Qué derechos y qué obligaciones asumirán dichos trabajadores? Razone las respuestas (2 puntos).

1. Defina el concepto de empresario individual indicando alguna de sus ventajas e inconvenientes (1 punto).

SOLUCIÓN:

El empresario individual es la persona física que ejerce de forma habitual y por cuenta propia una actividad comercial, industrial o profesional. Es una figura muy usual en el comercio minorista.

El empresario individual decide con plena autonomía cómo dirigir la empresa y qué hacer con los beneficios obtenidos. Es una forma sencilla de establecer un negocio.

El empresario individual asume todo el riesgo de la actividad empresarial, ya que responde con todo su patrimonio de las deudas de la empresa. La empresa es muy dependiente del talento y trabajo de su fundador.

1.- Señale tres características fundamentales de las sociedades anónimas (0,5 puntos) e indique dos ventajas y dos inconvenientes de las mismas (0,5 puntos).

- Es una sociedad mercantil capitalista cuyo capital mínimo es de 60.101,21 € dividido en partes alícuotas, indivisibles y acumulables mediante la libre transmisión, denominadas acciones.
- Su razón social es su nombre más S.A. y más unipersonal en el caso de que lo sea. Su número mínimo de socios es 1 y no tiene máximo.
- Los socios tienen responsabilidad limitada y los derechos de participar en los beneficios (dividendos) y en el patrimonio social (liquidación) de la empresa y derecho a la información.
- El capital ha de estar totalmente suscrito y desembolsado como mínimo en un 25%. El otro 75% se desembolsa dependiendo de cada empresa.

Ventajas e Inconvenientes

Las ventajas de este tipo de empresa son la responsabilidad limitada y su gran capacidad para encontrar financiación y para crecer. Sus desventajas, el alto capital mínimo y las mayores exigencias sociales.

1. Defina las sociedades mercantiles (0,5 puntos) y exponga dos ejemplos de las mismas (0,5 puntos).

Las sociedades mercantiles son asociaciones voluntarias de personas que, por medio de un contrato, ponen en común trabajo o capital, o ambas cosas, para iniciar un proyecto empresarial. El contrato da lugar al nacimiento de una persona jurídica nueva y distinta de las personas físicas que componen la sociedad. La sociedad debe constituirse ante notario e inscribirse en el Registro Mercantil. Todas las sociedades mercantiles tributan por el impuesto de sociedades.

Ejemplos de sociedades mercantiles son la sociedad colectiva y la comanditaria simple, ambas son personalistas; y mercantiles capitalistas son la sociedad de responsabilidad limitada y la sociedad anónima.

En la sociedad de responsabilidad limitada, el número mínimo de socios es 1, la responsabilidad patrimonial de los socios está limitada al capital aportado, el capital mínimo es de 3.005,6 € y debe estar totalmente suscrito y desembolsado. El capital está dividido en participaciones cuya transmisión está restringida, ya que los socios tienen derecho de tanteo en la adquisición de participaciones de los socios saliente.

La sociedad anónima también es de responsabilidad limitada, el número mínimo de socios es 1, el capital social mínimo es de 60.101,21 €, está dividido en acciones, y debe estar totalmente suscrito y desembolsado en un 25 %. La transmisión de acciones es libre.

1. Según la forma jurídica de las empresas, defina qué es el empresario individual (1 punto).

El empresario individual es la persona física que ejerce de forma habitual y por cuenta propia una actividad comercial, industrial o profesional, y responde con todo su patrimonio de las deudas que pueda contraer su negocio. Su responsabilidad es, por tanto, ilimitada. En este tipo de forma jurídica no existe capital mínimo legal para iniciar la actividad, tampoco existe separación entre los bienes de la empresa y los bienes personales del empresario. El empresario tributa a través del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas y es él el que gestiona y dirige la empresa. No es obligatoria la inscripción en el Registro Mercantil.

1. Señale y explique la clasificación de las empresas según la titularidad de su capital (1 punto).

En función de quiénes sean sus propietarios, las empresas pueden ser:

- Privadas, cuando la propiedad y control se encuentra en manos de particulares.
- Públicas, cuyo capital y control pertenece a las instituciones de la Administración pública (Estado, comunidades autónomas o ayuntamientos).
- Mixtas, cuando el capital procede tanto de aportaciones públicas como privadas.

TEMA 3 EMPRESA Y ENTORNO

- *Entorno general y específico*

- *Estratégicas competitivas*

1. Defina el concepto de estrategia competitiva (0,5 puntos) y el concepto de ventaja competitiva (0,5 puntos).

3. Explique y señale la importancia de la inversión en innovación tecnológica en un marco de competencia global (2 puntos).

1.- Explique cómo afectan al poder de negociación de una empresa:

- a) La fusión de algunos de sus principales proveedores (1 punto).
- b) La fusión de algunos de sus clientes más importantes (1 punto).

2.- Considere los siguientes cambios en el entorno de un fabricante estadounidense de programas de ordenador (*software*). En cada caso, indique si se trata de un cambio en el entorno genérico o específico, justificando su respuesta: (a) una reducción de los tipos de interés en Estados Unidos (0,5 puntos); (b) el lanzamiento de un nuevo sistema operativo que obliga a actualizar los otros programas de ordenador (0,5 puntos); (c) la aparición de nuevos fabricantes de *software* en la India (0,5 puntos); (d) una reducción de impuestos en Estados Unidos (0,5 puntos).

3.- Clasifique los siguientes factores como pertenecientes al entorno genérico o al específico: el tipo de cambio, las relaciones con los sindicatos, el nivel cultural de la población, los clientes y las infraestructuras (1 punto).

4.- Indique cuáles de los siguientes cambios se refieren al entorno específico de la empresa Iberia: la entrada en el mercado español de compañías aéreas de bajo coste, el endurecimiento de las normas europeas de seguridad aérea, una huelga de controladores aéreos, y una reforma laboral que reduce el coste del despido. En cada caso, justifique su respuesta (2 puntos).

5.- Las empresas, para ser más competitivas y aumentar su cuota de mercado, diseñan estrategias específicas. Identifique y explique las principales estrategias que pueden diseñar las empresas para alcanzar estos objetivos (2 puntos).

6.- La empresa TEX se enfrenta a los siguientes desafíos: un fortalecimiento del euro, que encarece sus exportaciones a Estados Unidos y Latinoamérica; una mayor competencia en el mercado nacional por parte de otras cadenas de moda nacionales e internacionales; un aumento del precio del petróleo que repercute negativamente en sus costes; y la entrada en la Unión Europea de países de Europa Central y del Este, que abre la posibilidad de nuevos mercados. Indique qué desafíos corresponden a cambios en el entorno específico y cuáles corresponden a cambios en el entorno genérico o general. Justificar las respuestas (2 puntos).

3. Una empresa dedicada a la producción y comercialización de equipos, se enfrenta a los siguientes cambios: (a) aparición de nuevos fabricantes de dichos equipos, (b) crisis económica, (c) mayor poder de negociación de los distribuidores, (d) reducción de los tipos de interés, (e) consumo creciente de los equipos y, (f) aumento del precio del petróleo.

- a) Señale los cambios que pertenecen al entorno general y los del específico, justificando su respuesta (1,5 puntos).
b) Comente cómo debe enfrentarse la empresa a los cambios del entorno (0,5 puntos).

SOLUCIÓN:

- a) Los cambios que pertenecen al entorno general son: la crisis económica, la reducción de los tipos de interés y el aumento del precio del petróleo. Estos cambios afectan a todas las empresas en general.

Los cambios del entorno específico son: la aparición de nuevos fabricantes, el mayor poder de negociación de los distribuidores y el consumo creciente de los equipos. Estos cambios afectan de una manera concreta a cada una de las empresas del mismo sector.

- b) El entorno debe ser estudiado porque condiciona la actuación y el funcionamiento de la empresa. Las empresas deben analizar el entorno para anticiparse y adaptarse eficazmente a los cambios que se presentan en su entorno específico y en el entorno general. La empresa debe adaptarse tanto a los cambios negativos (crisis económica etc.) como a los positivos (mayor consumo de los equipos etc.).

3. Considere los siguientes cambios que se han producido en el entorno de una cadena hotelera española, y explique en cada caso si se trata de cambios en el entorno genérico o específico: (a) un aumento de los conflictos políticos en Oriente Medio, que hace que un mayor número de turistas extranjeros se interesen por España (0,5 puntos); (b) la implantación de una tasa hotelera de 1 euro por persona y noche establecida por los ayuntamientos de algunas ciudades españolas (0,5 puntos); (c) una apreciación del euro que encarece la estancia en España para los turistas no europeos (0,5 puntos); (d) una reducción de los costes salariales en España, como consecuencia de la crisis económica y la reforma laboral (0,5 puntos).

SOLUCIÓN:

El aumento de los conflictos políticos en Oriente Medio corresponde al entorno genérico ya que, además de afectar a todo el sector hotelero, también afecta a otros sectores de actividad, como por ejemplo empresas industriales que exportaban a estos países de Oriente Medio y ven reducidas sus ventas.

La implantación de la tasa hotelera, por el contrario, se refiere al entorno específico, ya que afecta exclusivamente a los hoteles. En concreto, al encarecerse el precio de la habitación en estas ciudades, puede producirse una reducción de la demanda para las empresas hoteleras.

La apreciación del euro y la reducción de los costes salariales en España tienen que ver con el entorno genérico, ya que afectan no sólo a las empresas hoteleras, sino también a muchas otras empresas de otros sectores de actividad. Por ejemplo, la apreciación del euro afectará a todas las empresas exportadoras (ya que sus ventas en el extranjero se reducirán) y a todas las empresas importadoras (ya que el precio de los productos que importan se reducirá). La reducción de los costes salariales en España afecta a todas las empresas españolas que tienen empleados o que se están planteando contratar: por tanto, no afecta sólo al sector hotelero.

4. Considere los siguientes cambios en el entorno de un productor español de aceite de oliva virgen. En cada caso, indique si se trata de un cambio en el entorno genérico o en el entorno específico, justificando su respuesta: (a) la aprobación oficial de una nueva denominación de origen de aceite de oliva español (0,5 puntos); (b) un aumento del desempleo, que lleva a los consumidores a reducir el consumo de aceite de oliva virgen y aumentar el consumo de aceite de girasol (0,5 puntos); (c) la aprobación de un régimen fiscal especial para las cooperativas agrícolas olivareras (0,5 puntos); (d) la fusión de las dos principales empresas españolas productoras de aceite de oliva (0,5 puntos).

- a) Cambio en el entorno general (relativo a la legislación o normativas), inciden factores político-legales ajenos al control empresarial.
- b) Cambio en el entorno general (relativo a una coyuntura económica global del país de cierta duración), inciden factores o causas económicas ajenas al control de la Empresa.
- c) Cambio en el entorno general (relativo a la política fiscal para este sector concreto), inciden causas político-económicas de tipo fiscal, si se trata de incentivos favorecerán al sector, si por el contrario son medidas penalizadoras pues perjudicarán al sector olivarero.
- d) Cambio en el entorno específico (relativo a la competencia existente entre diversas empresas del sector olivarero), influyen los competidores o empresas del mismo sector, desfavorecerá a nuestro empresario ya que con toda probabilidad, la formación de este supuesto oligopolio, conlleva una pérdida de competitividad, por ejemplo en precios, para nuestro protagonista y, le arrebatarán cuota de mercado.

4. Indica que se entiende por entorno general, explicando los principales factores que influyen a la empresa desde este entorno (1 punto), indicando ejemplos representativos que ilustren esta influencia (0,5 puntos). Señale como debe responder las empresas a dichas influencias (0,5 puntos).

SOLUCIÓN

El entorno general se refiere al marco global o conjunto de factores y circunstancias que afectan a todas las empresas de una determinada sociedad o ámbito geográfico.

Entre los factores del entorno general podemos destacar:

- Factores Político-legales: Comprenden las medidas que toman los gobiernos en el ámbito político, incluyen las leyes generales o marco jurídico. El partido político que gobierna determina la política fiscal, elabora las normas que regulan los diferentes mercados, promoción de sectores, de empresas. Por ejemplo nuevas normas sanitaria.
 - Factores Económicos: el estado actual de la Economía de un país (ciclo económico, renta per cápita, nivel de desempleo, proceso económico, tipo de interés,...). Por ejemplo la baja de los intereses, afecta de manera positiva al incremento de la inversión en las empresas.
 - Factores Socioculturales: los valores sociales que dominan a un país (nivel de alfabetización, hábitos de consumo, estilos de vida, nivel educativo, diferencias sociales, circunstancias demográficas...). Todos estos factores afectan a la demanda, por lo que las empresas se ven obligadas a reaccionar adaptándose a los cambios si quiere garantizar su supervivencia, por ejemplo la preferencia creciente de los consumidores hacia los productos saludables, obliga a las empresas a desarrollar nuevos productos con estas características.
 - Factores Tecnológicos: relacionados con el grado de desarrollo y disponibilidad tecnológica, es decir, los avances técnicos o tecnológicos. La aparición de estos avances tecnológicos obligan a la empresa a incorporarlos si quiere seguir siendo competitiva. Ciclo de vida de los productos cada vez más cortos
- El entorno general es cambiante, por lo que la empresa tiene que adaptarse a esos cambios, ofrece grandes oportunidades, pero también presenta amenazas. Las empresas que entienden este reto saben la importancia que tiene anticiparse a los cambios.

2. Una empresa que se dedica a la producción de calzado de lujo se plantea que los siguientes hechos, que se han producido a lo largo del ejercicio económico anterior, han incidido en la disminución de los beneficios de la empresa, al ser los hechos del entorno específico: a) el Banco Central Europeo ha incrementado los tipos de interés; b) se incrementa el precio de la gasolina; c) los salarios del sector zapatero se han incrementado en un 1 %; d) el mercado de trabajo se ha reformado disminuyendo las gratificaciones por despido; e) los curtidores han realizado una huelga de 2 meses subiendo los proveedores las pieles un 7 %; f) el alquiler de las naves ha disminuido en 500.000 euros anuales.

Se pide:

- a) ¿Es correcta la interpretación de la empresa del entorno específico? ¿Por qué? (1 punto).

La interpretación no es correcta, el entorno específico está formado por el conjunto de factores que solo afectan al conjunto de empresas que concurren en el mismo sector de actividad, en este caso serían los factores que influyen solo a las empresas del sector del calzado. Algunos de los hechos citados no corresponden al entorno específico de esta empresa, sino al entorno general o marco global, que afecta por igual al conjunto de empresas de una sociedad.

Los factores del entorno general, que afectan a todas las empresas, independientemente del sector industrial al que pertenezcan, son los siguientes:

- La subida del BCE de los tipos de interés, que tiene como consecuencia un aumento de los gastos financieros y, por tanto, una disminución de los beneficios.
- El aumento de los precios de la gasolina, que disminuye los beneficios.
- La reforma del mercado de trabajo abaratando las gratificaciones por despido, que rebaja los gastos salariales y, por tanto, se reflejaría como un aumento potencial del beneficio.
- La disminución del precio del alquiler de las naves, que disminuye los gastos de explotación y aumenta el beneficio.

b) ¿Cuál de los hechos anteriores, del entorno específico, sí pueden incidir en la disminución de los beneficios y por qué? (1 punto).

Los factores del entorno específico que pueden ocasionar una disminución de beneficios son:

- La subida de los salarios del sector zapatero, que tendrá como consecuencia un aumento de los gastos de personal (gastos de explotación) y, por tanto, una disminución del beneficio antes de intereses e impuestos.
- La huelga de los curtidores de piel, ya que esto ha provocado que los proveedores aumenten el precio un 7 %. Este hecho provocará también un aumento de los gastos de explotación, en este caso por el incremento de la cuenta de compras de materias primas y, del mismo modo, se reflejará en la disminución del resultado de explotación.

1. Describa las fuerzas competitivas, según el modelo de Porter, y explique razonadamente cómo afecta a cada una de ellas que la entrada en un sector resulte más atractiva para una empresa (2 puntos).

El modelo de Porter se suele utilizar para identificar las fuerzas competitivas que concurren en un sector. Estas fuerzas son:

- El grado de rivalidad entre los competidores. La intensidad de la competencia del sector dependerá del número de competidores, es decir, del tipo de mercado (oligopolio, competencia monopolística, etc.); también influye el grado de concentración y la madurez del sector. Hay sectores emergentes o en crecimiento, mientras que otros están más estancados o en declive. Así, en mercados nuevos o en expansión con pocas empresas compitiendo, la rivalidad entre ellas será menor que en mercados muy concurridos y ya estancados o en declive.
- La amenaza de entrada de nuevos competidores. La entrada de nuevos competidores, que incrementaría la presión competitiva, está en función de las barreras de entrada al sector. Cuanto más fácil es el acceso de una empresa a un sector, mayor es la competencia. Estas barreras pueden producirse porque las empresas ya instaladas en el sector tienen una ventaja de costes, de diferenciación de los productos o por las fuertes inversiones de capital necesarias para comenzar a producir.
- La amenaza de productos sustitutivos. La aparición de nuevos productos puede ocasionar importantes cambios en el sector, especialmente si se mejoran la relación calidad-precio de los productos existentes. Esta amenaza es mayor en sectores en los que el cambio tecnológico es acelerado.
- El poder negociador de proveedores y clientes. Si los proveedores son escasos y fuertes para imponer sus condiciones, y sus clientes están organizados y bien informados, las empresas tendrán menos margen de beneficios, lo que se traducirá en una mayor presión y competencia interna en el sector.

Cuanto menor sea el nivel de competencia, más atractiva será la entrada en un sector para una nueva empresa.

2. Defina qué se entiende por entorno genérico y entorno específico en una empresa (1 punto). Ponga dos ejemplos de cada uno de ellos y justifique su inclusión en dichos entornos (1 punto).

El entorno general es el conjunto de factores y circunstancias que afectan por igual a todas las empresas de una determinada sociedad o ámbito geográfico, por ejemplo, las empresas españolas en un determinado período. Un aumento de la renta disponible de los españoles o una nueva ley de contratación laboral afectan a todas las empresas españolas, independientemente de la actividad a la que se dediquen.

El entorno específico se refiere únicamente a aquellos factores que influyen sobre un conjunto de empresas que tienen características comunes y que concurren en un mismo sector de actividad, por ejemplo, las empresas fabricantes de coches que compiten en el mercado español.

Ejemplos de factores del entorno general son una subida de impuestos o de los tipos de interés, en ambos casos afectan a todas las empresas independientemente del sector industrial al que pertenezcan. Factores del entorno específico son, por ejemplo, una subida del precio del algodón para las fábricas textiles, ya que en este caso solo afectaría al sector textil; o una huelga de controladores aéreos, que afectaría solamente al sector de las compañías aéreas.

TEMA 4.- LOCALIZACION Y DIMENSION DE LAS EMPRESAS

- Localización: definición y factores

- La dimensión: factores

- *Ventajas e inconvenientes de las PYMES*

- *El crecimiento en las empresas*

- *Especialización – Diversificación*

- *Crecimiento Interno o externo (fusión – absorción)*

- *Internacionalización (multinacional, holding)*

1. Un empresario posee una empresa dedicada a la venta de productos ibéricos; dicha empresa se encuentra situada en un centro comercial en la zona norte de Madrid. Este empresario piensa ampliar su actividad comercial con la venta de productos típicos portugueses ¿podría ampliar exclusivamente la actual tienda o tendría que vender los nuevos productos en otro lugar? ¿qué criterios tendrá que utilizar para tomar la decisión? (2 puntos).
2. Defina el concepto de empresa multinacional (1 punto).
3. Explique cuál es el objetivo de la cooperación empresarial y las diferentes formas de cooperación que se pueden llevar a cabo (1 punto).
4. Las empresas, en su desarrollo, pueden crecer por medio de la especialización o a través de la diversificación. Explique el significado del crecimiento por diversificación y los tipos de diversificación existentes. Ilustre las respuestas con un ejemplo (2 puntos).

4. Indique y explique cuatro de los principales criterios para medir la dimensión de la empresa (2 puntos).

5.- El proceso de globalización que afecta actualmente a las empresas contribuye a su internacionalización. En este sentido se pide:

- a) Explique qué es una empresa multinacional (0,5 puntos).
- b) Indique tres alternativas que tiene una empresa multinacional para expandirse. Explique su respuesta con un ejemplo de cada caso (1,5 puntos).

7.- Explique qué diferencia hay entre una estrategia competitiva de diferenciación de producto y una estrategia de liderazgo en costes (1 punto).

8.- Defina la pequeña y mediana empresa y señale cuatro ventajas e inconvenientes de las mismas en relación a las empresas de mayor tamaño. (1 puntos)

4. Una empresa productora de automóviles que se encuentra localizada en la Comunidad de Madrid, decide trasladar la fábrica a otro país en vías de desarrollo. Se pide: a) ¿qué fenómeno económico se está produciendo? (0,5 puntos); b) defina dicho fenómeno (0,5 puntos); ¿qué criterios habrá utilizado la empresa para buscar el nuevo país para la fabricación? (1 punto).

1. Explique los factores que pueden llevar a una empresa a adoptar una dimensión internacional (1 punto).

9.- De las frases siguientes, diga cuáles representan una ventaja o cuáles suponen un inconveniente para las pequeñas y medianas empresas frente a las grandes empresas. (2 puntos)

- Pueden utilizar publicidad para vender más
- Acceso a todas las fuentes de financiación.
- Flexibilidad de adaptación en procesos productivos.
- Servicio muy directo al cliente.
- Reducida inversión inicial
- Pueden conseguir economías de escala en producción.
- Carencia de infraestructura en el exterior.
- Fluidez y rapidez en la comunicación interna.

10.- Explique qué es una estrategia de diversificación (1 punto).

4. Una empresa productora de artículos de oficina ha decidido subcontratar la gestión de su página web. Esta página web incluye información general de la empresa e información acerca de sus productos, y ofrece la posibilidad de realizar compras directamente a través de internet. Explique en qué consiste la subcontratación (0,5 puntos). Explique qué ventajas (0,75 puntos) e inconvenientes (0,75 puntos) puede tener la subcontratación para esta empresa

3. La empresa CAMPESTRE, S.L. comenzó su actividad dedicándose al sector lácteo. En sus primeros años de vida su objetivo fundamental fue consolidarse y aumentar su volumen de ventas en el mercado nacional. Posteriormente, cuando el producto fue consolidándose, lanzó al mercado distintas variedades de productos: leche light, rica en calcio, con soja, etc. Posteriormente, adquirió una empresa dedicada a la producción de tetra-brick destinados al envasado de la leche. En la última etapa en su proceso de crecimiento adquirió una empresa dedicada al sector de ocio y turismo. Identifique y explique las distintas estrategias de crecimiento que la empresa ha llevado a cabo (2 puntos).

SOLUCIÓN:

- Consolidación y aumento de su volumen de ventas en el mercado nacional: estrategia de expansión, concretamente de penetración en el mercado.
- Lanzamiento al mercado de distintas variedades de productos: expansión, concretamente desarrollo de productos.
- Adquisición de una empresa dedicada a la producción de tetra-brick destinados al envasado de la leche: integración vertical hacia atrás, a través de crecimiento externo.
- La adquisición de una empresa dedicada sector de ocio y turismo: diversificación no relacionada, a través de crecimiento externo.

12. Defina la estrategia de “diversificación” de la empresa (1 punto).

1. Defina el concepto de estrategia de crecimiento externo de una empresa (1 punto).

SOLUCIÓN:

La estrategia de crecimiento externo consiste en ampliar la capacidad productiva mediante la adquisición de otras empresas. Por ejemplo, un fabricante de ordenadores puede adquirir a otro fabricante y así aumentar su capacidad de producción. Una empresa comercial podría también adquirir otra empresa comercial y así ampliar su red de establecimientos comerciales.

1. Explique qué es una estrategia de diversificación (1 punto).

La diversificación es una forma de desarrollo de las empresas que se produce cuando la empresa añade nuevos productos y nuevos mercados a los ya existentes ampliando así su cartera de negocios.

La diversificación puede ser horizontal o vertical. La diversificación horizontal se produce cuando existe alguna conexión o similitud entre los productos nuevos y antiguos de la empresa. Con ella, la empresa añade nuevos productos complementarios o sustitutivos de los ya existentes, tratando de ofrecer una gama más diversa para atraer a nuevos clientes. La diversificación o integración vertical consiste en crecer añadiendo nuevas actividades a las actuales, pero dentro del mismo sector. Supone extender su actividad integrando otras actividades dentro de la cadena de valor del sector.

La diversificación también puede ser heterogénea (no relacionada o de conglomerado) cuando no hay ninguna relación entre los productos nuevos y antiguos; se trata de explotar oportunidades rentables, aunque no tengan relación con la actividad de la empresa. Un ejemplo es el de un fabricante de ropa que se convierte, además, en promotor y constructor de viviendas. Es la estrategia más arriesgada, ya que la empresa entra en entornos competitivos nuevos, que implican nuevos conocimientos y nuevas estructuras de la empresa.

3. Explique en qué consiste la estrategia de desarrollo de la empresa basada en el crecimiento interno (1 punto). Ponga dos ejemplos de acciones realizadas en el seno de una empresa que estén encaminadas hacia dicha estrategia (1 punto).

El crecimiento interno o crecimiento natural es el que realiza la empresa contando solo con sus propios recursos, a través de nuevas inversiones en el seno de la empresa para aumentar el patrimonio y su capacidad productiva. En una fase inicial, el crecimiento suele ser interno, sin embargo, cuando la empresa alcanza una dimensión importante, el crecimiento interno suele combinarse con el crecimiento externo mediante la unión o concentración con otras empresas.

Las formas de crecimiento interno son la reinversión de beneficios, la ampliación de capital y el endeudamiento con entidades financieras. Dos ejemplos de acciones encaminadas hacia el crecimiento interno son:

- Ampliación de capital con la emisión de nuevas acciones. La ampliación del capital debe formalizarse en escritura, en la que constarán todos sus detalles, e inscribirse en el Registro Mercantil. Además de estos requisitos, debe decidirse el precio al que se emitirán las nuevas

acciones. Si se emiten por el mismo valor nominal que las antiguas (a la par), habrá que tener en cuenta los posibles perjuicios para los antiguos accionistas frente a los nuevos.

- Reinvertir los beneficios que genere la empresa utilizando la autofinanciación, constituida por los beneficios no distribuidos y que se retienen en la empresa para financiar la ampliación o el mantenimiento de su actividad. Es decir, son fondos que la empresa obtiene por sí misma sin necesidad de acudir a las instituciones financieras (deuda) o solicitar nuevas aportaciones a sus socios (ampliación de capital).

2. Defina la estrategia de “diversificación” de la empresa (1 punto).

SOLUCIÓN:

La diversificación es una de las formas con las que la empresa puede plantear su crecimiento a través de la ampliación de su cartera de negocios, añadiendo oferta de nuevos productos y entrando en nuevos mercados. Algunas estrategias de diversificación pueden ser: el lanzamiento de productos complementarios o sustitutivos, la extensión de actividades integrándolas en la cadena de valor del sector, el aprovechamiento de oportunidades rentables que no tienen ninguna relación con los productos que ofrece habitualmente la empresa o con los mercados en los que actúa.