ECONOMÍA DE LA EMPRESA

Al o la aspirante se le ofrecerán dos opciones, A y B, de las que elegirá una. La prueba tendrá una duración de 90 minutos, los cuales incluyen el tiempo utilizado por el/la aspirante para elegir una de las opciones que se le presentarán.

Cada opción constará de tres cuestiones, la primera de carácter teórico conceptual, la segunda y la tercera de carácter práctico o teórico-práctico. Cada una de estas cuestiones podrá constar de varios apartados.

Se podrán usar calculadoras que no sean programables, ni dispongan de pantalla gráfica o permitan la resolución de ecuaciones u operaciones con matrices, cálculo de determinantes, cálculo de derivadas o integrales. Tampoco podrán almacenar datos alfanuméricos. Las calculadoras utilizadas no han de llevar tapa. Si en el desarrollo de la prueba el Tribunal detecta que alguna calculadora tiene estas características, procederá a retirar la misma y a dar por concluido el examen. Se exigirá que todos los resultados analíticos y gráficos estén previamente justificados (utilización de fórmulas, obtención de gráficas, cálculo de integrales y derivadas...).

CRITERIOS GENERALES DE CALIFICACIÓN Y CORRECCIÓN

El ejercicio se valorará de 0 a 10 puntos, con dos cifras decimales. El ejercicio de carácter teórico conceptual tendrá una calificación máxima de 3 puntos, mientras que las otras dos cuestiones tendrán una calificación mínima de 3 y máxima de 4 puntos cada una. En aquellas cuestiones en las que figuren varios apartados, se indicará la puntuación máxima asignada a cada uno de ellos.

PROGRAMA DE CONTENIDOS (siguiendo el currículo básico nacional):

Bloque 1. La empresa.

La empresa y el empresario.

Clasificación, componentes, funciones y objetivos de la empresa.

Análisis del marco jurídico que regula la actividad empresarial.

Funcionamiento y creación de valor.

Interrelaciones con el entorno económico y social.

Valoración de la responsabilidad social y medioambiental de la empresa.

Bloque 2. Desarrollo de la empresa.

Localización y dimensión empresarial.

Estrategias de crecimiento interno y externo.

Consideración de la importancia de las pequeñas y medianas empresas y sus estrategias de mercado.

Internacionalización, competencia global y la tecnología.

Identificación de los aspectos positivos y negativos de la empresa multinacional

Bloque 3. Organización y dirección de la empresa.

La división técnica del trabajo y la necesidad de organización en el mercado actual.

Funciones básicas de la dirección.

Planificación y toma de decisiones estratégicas.

Diseño y análisis de la estructura de la organización formal e informal.

La gestión de los recursos humanos y su incidencia en la motivación.

Los conflictos de intereses y sus vías de negociación.

Bloque 4. La función productiva.

Proceso productivo, eficiencia y productividad.

La investigación, el desarrollo y la innovación (I+D+i) como elementos clave para el cambio tecnológico y mejora de la competitividad empresarial.

Costes: clasificación y cálculo de los costes en la empresa.

Cálculo e interpretación del umbral de rentabilidad de la empresa.

Los inventarios de la empresa y sus costes. Modelos de gestión de inventarios.

Bloque 5. La función comercial.

Concepto y clases de mercado. Técnicas de investigación de mercados.

Análisis del consumidor y segmentación de mercados.

Variables del marketing-mix y elaboración de estrategias.

Estrategias de marketing y ética empresarial.

Aplicación al marketing de las tecnologías más avanzadas.

Bloque 6. La información en la empresa.

Obligaciones contables de la empresa.

La composición del patrimonio y su valoración.

Las cuentas anuales y la imagen fiel.

Elaboración del balance y la cuenta de pérdidas y ganancias.

Análisis e interpretación de la información contable.

La fiscalidad empresarial.

Bloque 7. La función financiera.

Estructura económica y financiera de la empresa.

Concepto y clases de inversión.

Valoración y selección de proyectos de inversión.

Recursos financieros de la empresa.

Análisis de fuentes alternativas de financiación interna y externa.

PUNTUALIZACIONES PARA EL DESARROLLO DEL CONTENIDO MÍNIMO DE LOS BLOQUES:

Bloque 1. La empresa.

1. Conceptos generales

1.1.1. Delimitación, a través de una o varias definiciones, de los conceptos empresa y empresario.

1.1.2. Exposición de los elementos que permiten desarrollar la actividad de la empresa: los factores humanos, los factores materiales (capital físico y financiero), la organización y el entorno.

1.1.3. Resaltar el papel o función de la empresa como agente económico y su función social: La creación de valor para el empresario y para la sociedad. El análisis de los objetivos de la empresa debe hacer ver al estudiantado la pluralidad de objetivos que existen en las distintas empresas y su clasificación según su naturaleza: económicos (maximizar beneficio y rentabilidad, crecimiento empresarial, incremento de la productividad y objetivos financieros) y sociales (creación de empleo, formación de trabajadores, cuidar el medio ambiente...) y según el horizonte temporal: estratégicos y tácticos.

1.1.4. Explicar el concepto de responsabilidad social corporativa de la empresa.

2. Clases de empresas

1.2.1. Exposición de diferentes criterios de clasificación de empresas, incluyendo al menos los siguientes: según propiedad o titularidad del capital, según tamaño, según sector de actividad y según ámbito geográfico de actuación.

1.2.2. Breve introducción a la legislación aplicable a la empresa. Explicar qué es lo que regulan el Derecho Mercantil, el Derecho Laboral y el Derecho Fiscal. Citar, a título informativo o a modo de presentación, algunas de las leyes más importantes dentro de cada una de estas ramas del derecho.

1.2.3. Exponer una clasificación de las empresas según su forma jurídica incluyendo al menos: S.A., S.L., Sociedad laboral, Cooperativa, Sociedad civil y Empresario individual. Detallar al menos las siguientes características: tipo de responsabilidad de los socios, capital social mínimo, títulos representativos del capital social, número de socios, posibilidades de transmisión de la propiedad, órganos de gobierno.

3. El entorno de la empresa

1.3.1. Delimitación y definición de entorno de la empresa. Establecer la distinción entre entorno general y entorno específico.

1.3.2. Exposición de cuáles son y cómo repercuten en la empresa los factores políticos, tecnológicos, económicos y sociales del entorno general (análisis PEST).

1.3.3. Exposición de cuáles son y cómo repercuten en la empresa los factores del entorno específico. El análisis seguirá los 5 factores establecidos por Porter: grado de rivalidad entre competidores existentes; amenaza de entrada de nuevos competidores; amenaza de aparición de productos o servicios sustitutivos; poder de negociación de los clientes; poder de negociación de los proveedores. Aproximación conceptual

a los análisis Porter (análisis de las fuerzas competitivas) y DAFO (Debilidades-Amenazas-Fortalezas-Oportunidades). Presentar dichos análisis al alumnado como herramientas de utilidad para la empresa y proponerle algunos ejemplos de su aplicación.

1.3.4. Descripción de las estrategias competitivas básicas: liderazgo en costes, diferenciación y concentración. Desarrollar la capacidad del alumnado para proponer ejemplos (reales o hipotéticos) de estrategias o para distinguir estrategias a partir de ejemplos (reales o hipotéticos).

Bloque 2. Desarrollo de la empresa.

2.1. Exposición de la importancia de las decisiones de localización y dimensión de las empresas. Descripción de los factores a considerar en la localización de las empresas. Concepto de dimensión de la empresa y relación con las economías de escala. Criterios de medición de la dimensión de la empresa.

2.2. Descripción de las estrategias de crecimiento: Diversificación y Expansión (penetración del mercado, desarrollo del mercado y desarrollo del producto). Distinción entre modos de crecimiento interno y externo (especificando al menos fusión, absorción y franquicia). Desarrollar la capacidad del alumnado para proponer ejemplos (reales o hipotéticos) de estrategias o para distinguir estrategias a partir de ejemplos (reales o hipotéticos).

2.3. Definición del concepto de PYME. Exposición de sus ventajas e inconvenientes. Poner de manifiesto su importancia en la economía española y proponer algún ejemplo o caso práctico.

2.4. Describir el fenómeno de la globalización, incidiendo en aspectos como la internacionalización, la competencia global y las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC).

2.5. Definición del concepto de empresa multinacional. Exposición de sus ventajas e inconvenientes.

Bloque 3. Organización y dirección de la empresa.

3.1. Realizar una introducción teórica a la división técnica del trabajo, la especialización y la necesidad de organización.

3.2 El alumnado debe entender qué es un área funcional o de funcionamiento, y debe conocer las posibles áreas funcionales de diversos tipos de empresa: aprovisionamiento, producción, comercial o marketing, financiera, administrativa, recursos humanos, I+D+i y dirección…

3.3. Presentar y delimitar las funciones de la dirección: planificar, organizar, gestionar y controlar.

3.4. Explicar la función de planificación: concepto y etapas del proceso.

3.5. Explicar la función de organización. Distinguir entre organización formal e informal en la empresa. Explicar el concepto y formas de Departamentación incluyendo al menos las formas funcional, divisional (por zonas geográficas o por productos) y por procesos. Explicar el concepto de organigrama.

3.6. Explicar la función de gestión de recursos humanos destacando la importancia de la motivación y el liderazgo.

3.7. Poner de manifiesto la posible existencia de conflictos de intereses entre los trabajadores y empresarios y sus vías de resolución a través de la negociación colectiva.

Bloque 4. La función productiva.

4.1. Definición y explicación del proceso productivo. Definir los conceptos de eficiencia y productividad. Incluir la distinción entre eficiencia técnica y económica y el cálculo e interpretación de la productividad de un factor, la productividad global y la tasa de variación.

4.2. Explicar la importancia de la I+D+i y su relevancia en la generación de ventajas competitivas para las empresas.

4.3. Clasificar los costes (fijos y variables, directos e indirectos). Explicar el cálculo de los costes totales a partir de la distinción entre costes variables y fijos. Explicar, interpretar y representar gráficamente la decisión de producir o comprar, analizando los respectivos costes.

4.4. Explicar el cálculo, interpretación y representación gráfica del umbral de rentabilidad.

4.5. Explicar las funciones del área de aprovisionamiento. Explicar los costes de inventario incluyendo al menos los costes de almacenamiento, los costes de emisión de pedidos y los costes de ruptura de stocks.

4.6. Aproximación conceptual al modelo ABC y al método Just in Time (JIT) como herramientas para la gestión de inventarios.

4.7. Explicar el concepto y aplicación de los métodos de valoración de las existencias en el almacén (FIFO y PMP).

4.8. Recordar el concepto de responsabilidad social y medioambiental de la empresa explicado en el apartado 1.1.5, presentar el concepto de externalidad e interpretar la actividad productiva como generadora de externalidades.

Bloque 5. La función comercial.

5.1. Definir el concepto de Plan de Marketing y especificar su contenido. Concepto e identificación del Mercado. Explicar los tipos de mercado según su estructura (incluir al menos monopolio, oligopolio, competencia monopolística, competencia perfecta) y según el tipo de demandante (mercado industrial y mercado de consumo).

5.2. Realizar una aproximación teórica a las Técnicas de Investigación de Mercados. Explicar su utilidad dentro del Plan de Marketing.

5.3. Realizar una aproximación teórica al Análisis del Consumidor y a los criterios de segmentación de mercados. Explicar su utilidad dentro del Plan de Marketing.

5.4. Realizar una aproximación teórico-práctica al marketing-mix. Explicar su utilidad dentro del Plan de Marketing. Explicar cada una de las variables, y su aplicación a través de casos prácticos, incluyendo al menos los siguientes aspectos:

- Producto: marca, envase, diseño, calidad y ciclo de vida del producto.
- Precio: referencias para la fijación de precios (coste producción, mercado y competencia); estrategias de precios: en el lanzamiento de nuevos productos, precios psicológicos y política de descuentos (descuentos comerciales, rappels y descuentos por pronto pago).
- Comunicación: venta personal, publicidad, promoción de ventas, merchandising y relaciones públicas.
- Distribución (Place): canales (distribución directa y distribución a través de intermediarios comerciales) y estrategias de distribución (selectiva, exclusiva e intensiva).

5.5. Recordar el concepto de responsabilidad social y medioambiental de la empresa explicado en el apartado 1.1.5 y orientarlo hacia conceptos relacionados con la función comercial (sirvan como ejemplo los siguientes conceptos: consumo responsable, productos ecológicos, información al consumidor, comercio justo, reciclado de envases…).

5.6. Recordar el concepto de Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) introducido en el apartado 2.4 y explicar su utilidad en la función comercial de la empresa.

Bloque 6. La información en la empresa.

6.1. Explicar la obligación de las empresas de elaborar información contable.

6.2. Definición del concepto de patrimonio y explicación del detalle de su composición. Explicación del cálculo o valoración del patrimonio neto.

6.3. Presentar las cuentas anuales incidiendo en el deber de reflejo de la imagen fiel. Citar, a título informativo o a modo de presentación, los estados que componen las cuentas anuales.

6.4. Explicar la elaboración del Balance y de la Cuenta de Pérdidas y Ganancias. El nivel de detalle en la elaboración de dichos documentos debe corresponder al menos al presentado en el anexo.

6.5. Presentación teórica y práctica de los análisis patrimonial, financiero y económico de la empresa. En el análisis patrimonial incluir al menos la identificación e interpretación de las distintas situaciones de equilibrio (desequilibrio) y el cálculo e interpretación del Fondo de Maniobra. En el análisis financiero incluir al menos el cálculo e interpretación de los siguientes ratios: Liquidez, Tesorería, Solvencia o Garantía, Endeudamiento total. En el análisis económico incluir al menos el cálculo e interpretación de los ratios rentabilidad económica, rentabilidad financiera y coste de los fondos ajenos. Explicar al alumnado cómo detectar posibles desajustes a partir de los diferentes ratios y las medidas correctoras que, en su caso, podrían proponerse.

6.6. Recordar las obligaciones fiscales que afectan a las empresas explicadas en el apartado 1.2.2.

Bloque 7. La función financiera.

7.1. Definición del concepto fuente de financiación. Establecer tipologías de recursos financieros, incluyendo al menos la clasificación según su titularidad (propios y ajenos) y la clasificación según su procedencia (internos y externos).

7.2. Definición del concepto de inversión. Explicar la distinción entre inversiones a largo y corto plazo, y entre inversiones financieras y productivas.

7.3. Explicación teórica y práctica de cómo valorar y seleccionar proyectos de inversión. En la explicación de métodos de valoración incluir al menos: métodos estáticos (plazo de recuperación o pay-back) y métodos dinámicos (VAN).

7.4. Análisis conceptual de diversas fuentes de financiación distinguiendo entre fuentes internas o autofinanciación (reservas y fondos de amortización) y fuentes externas (ampliaciones de capital, empréstitos, préstamos, créditos, leasing, renting, factoring, descuento de efectos, aplazamiento de pago a proveedores).

ANEXO:

La explicación de la estructura de la **cuenta de pérdidas y ganancias analítica** incluirá al menos las siguientes partidas:

Ventas netas y otros ingresos
± variación de existencias
- compras netas
- gastos de personal
- gastos externos y de explotación (servicios exteriores, …)
- Dotación para amortizaciones

= **RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (BAII)**
+ Ingresos financieros
- Gastos financieros

= **RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (BAI)**
- Impuesto sobre beneficios

= **RESULTADO DEL EJERCICIO ó Rtdo. después de Impuestos (BDII)**

En la estructura del **balance** se explicarán al menos las cuentas que aparecen en este modelo.

BALANCE ORDENADO PARA GESTIÓN CON LAS CUENTAS MÁS USUALES

ACTIVO

ACTIVO NO CORRIENTE (Inmovilizado)

Inmovilizaciones intangibles

Propiedad industrial (patentes)
Aplicaciones informáticas (software)
(Amortización acumulada inmovilizado intangible)

Inmovilizaciones materiales

Terrenos y bienes naturales
Construcciones
Maquinaria
Mobiliario
Equipos para el proceso de información
Elementos de transporte
(Amortización acumulada inmovilizado material)

Inversiones financieras

Inversiones financieras a largo plazo (en instrumentos de patrimonio)

ACTIVO CORRIENTE

Existencias

Mercaderías
Materias primas
Productos terminados

Realizable

Clientes
Clientes, efectos comerciales a cobrar
Deudores
Inversiones financieras temporales (en instrumentos de patrimonio)

Disponible

Bancos c/c a la vista

BALANCE ORDENADO PARA GESTIÓN CON LAS CUENTAS MÁS USUALES

PATRIMONIO NETO y PASIVO

PATRIMONIO NETO

Capital
Reserva legal
Reserva voluntaria
Resultados del ejercicio

PASIVO NO CORRIENTE (Exigible a largo plazo)

Deudas a largo plazo con entidades de crédito
Proveedores de inmovilizado a largo plazo

PASIVO CORRIENTE (Exigible a corto plazo)

Proveedores
Proveedores, efectos comerciales a pagar
Acreedores por prestación de servicios
Hacienda Pública, acreedor por conceptos fiscales
Organismos de la Seguridad Social acreedores
Deudas a corto plazo con entidades de crédito
Proveedores de inmovilizado a corto plazo

Caja, euros