

EMPRESA Y DISEÑO DE MODELOS DE NEGOCIO (Examen resuelto y criterios de corrección)

- Responda en el pliego en blanco a **cuatro** de las cinco preguntas que se proponen. De cada una de las seleccionadas conteste **una única opción**, A o B. Todas las preguntas se calificarán con un máximo de **2,5 puntos**.
- Agrupaciones de preguntas que sumen más de 10 puntos o que no coincidan con las indicadas conllevarán la **anulación** de la(s) última(s) pregunta(s) seleccionada(s) y/o respondida(s) en cada bloque.

Pregunta 1. Opción A. Una empresa asturiana de propiedad familiar decide transformarse en una Sociedad Anónima (SA) para llevar a cabo una estrategia de expansión en el mercado nacional.

- a) Indique tres características de esta forma jurídica de empresa (0,75 puntos).

La puntuación máxima de esta pregunta es de 0,75 puntos: 0,25 cada característica.

Características de las SA (a elegir 3): • Número de socios: 1 o más. • Responsabilidad de los socios limitada a la aportación de los socios. • El capital social se divide en acciones, que se transfieren libremente. • El capital social mínimo es de 60.000 €, desembolsados al menos en un 25% en el momento de la constitución. • La razón social lleva las siglas SA. • Es una sociedad de capital. • Tributa por el IVA y el Impuesto de Sociedades. • Órganos de gobierno: Junta General y Órganos de Administración.

- b) De momento su estrategia de crecimiento va a ser interna. Indique qué se entiende por crecimiento interno de la empresa. Y explique brevemente dos posibles estrategias de desarrollo mediante las que esta empresa podría aumentar su capacidad productiva (1 punto).

La puntuación máxima de esta pregunta es de 1 punto: 0,5 definición de crecimiento interno y 0,25 cada estrategia de desarrollo.

• **Crecimiento interno de la empresa** se refiere al incremento de su capacidad productiva a través de nuevas inversiones o diversificando la producción. Para llevarlo a cabo, la empresa dispone de **diferentes opciones estratégicas** analizando los productos y los mercados presentes y futuros (a elegir dos): • **Incremento de la penetración en el mercado** (mismos productos, mismos mercados) es una estrategia de especialización con la que se trata de aumentar la cuota de mercado de los productos, ya sea captando algún cliente de la competencia o aumentando la frecuencia de compra de los clientes actuales (vía descuentos y promociones, o mejorando la calidad) para conseguir vender más productos en los mercados actuales. • **Desarrollo de mercados** es una estrategia de especialización que consiste en intentar vender los mismos productos en mercados nuevos (mismos productos, nuevos mercados). • **Desarrollo de producto** es una estrategia de especialización que consiste en intentar vender nuevos productos (o los mismos pero modificados para que parezcan mejores y novedosos) en los mercados actuales (nuevos productos, mismos mercados). • **Diversificación** es una estrategia más arriesgada porque se trataría de vender productos o servicios completamente diferentes dirigiéndolos hacia clientes de mercados desconocidos para la empresa (nuevos productos, nuevos mercados). Puede ser horizontal, vertical, no relacionada/heterogénea.

- c) Señale tres circunstancias del entorno en el que esta empresa desarrolla su actividad, indicando si pertenecen al entorno genérico o al específico (0,75 puntos).

La puntuación máxima de esta pregunta es de 0,75 puntos: 0,25 cada circunstancia bien clasificada en su entorno.

(A elegir tres): • **Entorno genérico:** factores político-legales: cambio de leyes y/o políticas de los gobiernos; factores económicos: tipo de cambio, inflación, tipos de interés, tasa de paro...; factores socioculturales: moda, nivel educativo, existencia de conflictos bélicos... • **Entorno específico:** número de clientes; número de proveedores; competencia: posibilidad de que entren nuevos fabricantes, amenaza de productos sustitutivos...; relaciones con los sindicatos...

Pregunta 1. Opción B. La empresa española Informatic SL fue constituida hace unos años por un grupo de jóvenes emprendedores que querían dedicarse a la ciberseguridad y desde entonces han conseguido captar a numerosos clientes, repartidos por todo el territorio español, que les confían la seguridad de sus servidores. Inicialmente se constituyeron como una Sociedad de Responsabilidad Limitada pero recientemente se han transformado a una Sociedad Anónima: ahora se llaman Informatic SA. La decisión de cambiar la forma jurídica de la empresa ha sido una primera medida de las que van a adoptar próximamente ante el crecimiento que están experimentando, siendo su plantilla en la actualidad de 70 trabajadores.

- a) Clasifique esta empresa según los siguientes criterios: propiedad, actividad, ámbito de actuación y tamaño (1 punto).

La puntuación máxima de esta pregunta es de 1 punto: 0,25 cada criterio de clasificación.

Es una empresa **privada**, del **sector terciario**, de ámbito **nacional** y de tamaño **mediano**.

- b) Indique las diferencias que existen entre una SL y una SA en relación con los títulos en los que está dividido su capital, el importe mínimo de capital que se precisa en el momento de constitución de cada una de ellas y el desembolso del capital que la ley exige para una correcta constitución (0,75 puntos).

La puntuación máxima de esta pregunta es de 0,75 puntos: 0,25 cada diferencia

• En las SL el capital social se divide en participaciones sociales, cuya transmisibilidad está limitada; mientras que, en las SA el capital social se divide en acciones, que se transfieren libremente. • En las SL el capital social mínimo es de 1 €; mientras que, en las SA el capital social mínimo es de 60.000 €. • En las SL el capital social mínimo debe estar totalmente desembolsado desde la constitución; mientras que, en las SA el capital social mínimo debe estar desembolsado, al menos, en un 25% en el momento de la constitución.

- c) Explique brevemente en qué consiste la estrategia de “desarrollo del mercado” a través de la cual la empresa pretende alcanzar el mayor crecimiento interno posible. Y señale otra posible estrategia de desarrollo con la que Informatic SA podría conseguir el mismo objetivo (0,75 puntos).

La puntuación máxima de esta pregunta es de 0,75 puntos: 0,5 la explicación y 0,25 el ejemplo de otra estrategia alternativa.

• **Desarrollo de mercados** es una estrategia de especialización que consiste en intentar vender los mismos productos en mercados nuevos (mismos productos, nuevos mercados). • **Otras opciones (a elegir una):** incremento de la penetración en el mercado; desarrollo de producto; diversificación (horizontal, vertical, no relacionada/heterogénea).

Pregunta 2. Opción A. Rolex, famosa marca suiza de relojes de lujo internacionalmente reconocidos como símbolo de un estatus social alto, y la cadena de supermercados Carrefour son 2 empresas que utilizan 2 estrategias de marca distintas para comercializar sus productos.

- a) Identifique la estrategia de marca en cada caso, justificando brevemente la respuesta (1 punto).

La puntuación máxima de esta pregunta es de 1 punto: 0,5 la estrategia de cada empresa y su justificación.

• **Rolex** utiliza una estrategia de **marca única** para todos los relojes que fabrica y comercializa a nivel internacional como sello de identidad de lujo y calidad. • **Carrefour** utiliza una estrategia de **marca blanca o de distribuidor**, encargándose de todas las actividades de promoción y comunicación respecto a ellas (Carrefour Baby; Carrefour BIO; Carrefour No Gluten; Carrefour ECO-Planet...).

- b) Justifique la estrategia de marketing que cree que utiliza Rolex para comercializar sus relojes de lujo. (0,75 puntos).

La puntuación máxima de esta pregunta es de 0,75 puntos: 0,25 la estrategia y 0,5 la justificación.

• La segmentación de mercados es la identificación de grupos homogéneos de consumidores ante un determinado bien o servicio (los llamados segmentos) y Rolex utiliza una **estrategia de marketing** en concordancia con su público objetivo, es decir, con el que identifica como su potencial segmento de mercado: se trata de una **estrategia concentrada**. Concretamente su segmento (nicho) de mercado son personas de alto poder adquisitivo a las que vende relojes de lujo reconocidos internacionalmente y que solo están al alcance de quienes tienen un estatus social alto, siendo en sus necesidades/deseos/gustos en los que centra su atención.

- c) Indique 3 estímulos económicos que Carrefour puede adoptar para fomentar la motivación de sus trabajadores (0,75 puntos).

La puntuación máxima de esta pregunta es de 0,75 puntos: 0,25 cada estímulo.

• **Estímulos económicos** (la lista no es exhaustiva, admitiéndose otros estímulos correctos, a elegir tres): mayor complemento salarial; retribuciones en especie (ticket restaurante, móvil, etc.); aportaciones a planes de pensiones...

Pregunta 2. Opción B. La empresa InviernosSinFrío SA se dedica a la venta de estufas ecológicas, para cuya fabricación se han utilizado materiales sostenibles y con las que se consigue reducir la contaminación durante su funcionamiento porque utilizan biomasa o pellets como fuente de energía.

- a) Los criterios en los que se ha basado para la identificación de grupos homogéneos de potenciales consumidores a los que dirigir las campañas publicitarias han sido los criterios geográficos y socioeconómicos. Indique 2 variables concretas para cada uno de estos criterios en base a las cuales pudo hacer dicha segmentación (4 en total) (1 punto).

La puntuación máxima de esta pregunta es de 1 punto: 0,25 cada variable concreta.

- **Criterios geográficos:** condición urbana o rural, tamaño de la localidad, zona geográfica (países, regiones, ciudades o barrios), etc.
- **Criterios socioeconómicos:** clase social, nivel de estudios, nivel de renta, etc.

- b) Además de llevar a cabo campañas de publicidad con las que dar a conocer sus modelos de estufas ecológicas, y las ventajas de su uso, InviernosSinFrío SA se ha apoyado también en la fuerza de ventas como instrumento de comunicación comercial. Indique brevemente en qué consisten cada una de estas vías de comunicación y ponga dos ejemplos de publicidad (0,75 puntos).

La puntuación máxima de esta pregunta es de 0,75 puntos: 0,5 la definición de publicidad y sus ejemplos y 0,25 la definición de fuerza de ventas.

• **Campaña de publicidad:** la publicidad busca transmitir información de forma masiva para dar a conocer un producto, crear una actitud positiva hacia el mismo en el consumidor o inducir a la compra. Para ello la empresa InviernosSinFrío SA puede poner anuncios utilizando medios de comunicación de masas, tales como: internet, radio, televisión, prensa, vallas publicitarias, etc. • **Fuerza de ventas:** Incluye a todos aquellos comerciales que tratan de vender el producto en los puntos de venta. Supone una comunicación personal, directa y presencial en el momento clave en el que un cliente se decide por comprar un producto y es de respuesta inmediata; de ahí la importancia de contar con vendedores bien formados.

- c) En el Departamento de Recursos Humanos de la empresa han prestado especial atención a la hora de planificar el número de personas que iban a necesitar en sus tiendas y, también, cuando diseñaron las tareas a desarrollar en cada uno de los puestos de trabajo; y, en función de ello, llevaron a cabo el proceso de selección y posterior contratación del personal que en la actualidad tienen en plantilla. ¿Qué otras actividades o actuaciones concretas se deberían llevar a cabo por el departamento de personal en su función de gestionar los recursos humanos? Indique tres. (0,75 puntos).

La puntuación máxima de esta pregunta es de 0,75 puntos: 0,25 cada actuación concreta.

Otras actuaciones a realizar por el Departamento de Recursos Humanos (a elegir 3): • Formación y promoción de los trabajadores. • Evaluación del desempeño y control de los trabajadores. • Motivación del personal, para conseguir un clima laboral adecuado. • Establecimiento de relaciones laborales fluidas y mecanismos para solucionar conflictos. • Implementación de planes de prevención de riesgos laborales.

Pregunta 3. Opción A. La empresa Caudal SA ha producido en 2024 un total de 500 unidades, incurriendo en un coste total de los factores empleados de 320.000 € y alcanzando una productividad global de 1,5.

a) ¿Cuál fue el precio unitario de venta en 2024 (Pv)? (0,75 puntos).

La puntuación máxima de esta pregunta es de 0,75 puntos: 0,25 el cálculo del valor de la producción y 0,5 el cálculo del precio unitario.

Productividad global = valor de la producción / 320.000 → 1,5 = valor de la producción / 320.000 → **Valor de la producción en 2024 es de 480.000 €** ($1,5 \times 320.000$) → **Precio de venta (Pv) es de 960 €/unid.** = ($480.000 \text{ €} / 500 \text{ unid}$)

b) Calcule la tasa de variación porcentual de la productividad global de Caudal SA, sabiendo que en el 2023 la productividad global había sido de 1,6 e interprete el resultado. Además, indique dos métodos con los que se podría intentar mejorar la productividad global (1 punto).

La puntuación máxima de esta pregunta es de 1 punto: 0,25 el cálculo de la variación porcentual de la productividad global; 0,25 por una correcta interpretación (aumenta/disminuye, según su resultado); 0,25 por cada método para mejorar la productividad global.

• Productividad global 2023 = 1,6 • Productividad global 2024 = 1,5 → **Tasa de variación 2024-2023** = $(\text{productividad 2024} - \text{productividad 2023}) / \text{productividad 2023} = [(1,5 - 1,6) / 1,6] \times 100 \rightarrow$
Tasa de variación 2024-2023 = $(-0,1 / 1,6) \times 100 = -0,0625 \times 100 = -6,25\%$

• **Interpretación:** La productividad global ha caído un 6,25% en el período comprendido entre 2024 y 2023, siendo alguno de los **métodos** con los que podría intentar mejorar la productividad los siguientes (no es una lista cerrada, a elegir dos): motivando a los trabajadores, proporcionándoles mejor formación para el puesto que desempeñan, utilizando mejor maquinaria, mejorando la calidad del producto, desarrollando proyectos de I+D+I para que resulte más atractivo y se vendan más unidades...

c) Si 500 unidades fuese el umbral de rentabilidad, los costes fijos ascendieran a 160.000 € y el precio de venta fuese el calculado en el apartado a) de este ejercicio, ¿cuál sería el importe del coste variable unitario? Indique un ejemplo de costes variables (0,75 puntos).

La puntuación máxima de esta pregunta es de 0,75 puntos: 0,5 el cálculo del coste variable unitario y 0,25 el ejemplo.

Umbral de rentabilidad = CF / (p-cv) → $500 = 160.000 / (960 - \text{cv}) \rightarrow \text{Cv} = 640 \text{ €/unidad}$

• **Ejemplos de costes variables (a elegir uno):** coste materia prima, coste mano de obra, consumo energía...

Pregunta 3. Opción B. Llaniscos SL comercializa un único producto, disponiendo de la siguiente información relativa a 2024: precio de venta unitario = 100 €/unidad; coste variable unitario = 80 €/unidad; costes fijos totales = 200.000 €.

a) Calcule e interprete el significado del umbral de rentabilidad en 2024 (1 punto).

La puntuación máxima de esta pregunta es de 1 punto: 0,5 el cálculo del umbral de rentabilidad y 0,5 la interpretación.

Umbral de rentabilidad 2024 = $200.000 / (100 - 80) = 10.000 \text{ unidades}$

• **Interpretación:** Umbral de rentabilidad es el nivel de ventas en el que la empresa cubre todos los costes fijos, y a partir del cual comienza a tener beneficios. En el caso de Llaniscos SL, obtendrá beneficios cuando venda 10.001 unidades o más.

b) Suponiendo que para producir el número de unidades que representa su umbral de rentabilidad, Llaniscos SL utiliza 2 trabajadores que trabajaron 1.800 horas anuales cada uno de ellos. Calcule la productividad de la mano de obra de 2024 (por hora trabajada) e interprete el resultado (0,75 puntos).

La puntuación máxima de esta pregunta es de 0,75 puntos: 0,5 el cálculo de la productividad del factor trabajo y 0,25 su interpretación.

Productividad mano de obra = Producción / horas de trabajo →

Productividad mano de obra = $10.000 \text{ unidades} / (2 \text{ trabajadores} \times 1.800 \text{ horas cada trabajador}) \rightarrow$

Productividad mano de obra = $10.000 \text{ unidades} / 3.600 \text{ horas} = 2,7778 \text{ unidades/hora}$

• **Interpretación:** Los trabajadores de Llaniscos SL producen 2,7778 unidades por cada hora trabajada.

c) En el caso de que la empresa vendiese 14.000 unidades del producto, ¿cuál sería el resultado obtenido? (0,75 puntos).

La puntuación máxima de esta pregunta es de 0,75 puntos: 0,25 el cálculo de los ingresos totales, 0,25 el cálculo de los costes totales y 0,25 el cálculo del resultado del 2024.

Ingresos totales (2024) = $14.000 \text{ unid} \times 100 \text{ €/unidad} = 1.400.000 \text{ €}$

Costes totales (2024) = $(14.000 \text{ unid} \times 80 \text{ €/unidad}) + 200.000 = 1.320.000 \text{ €}$

Beneficio (2024) = $1.400.000 - 1.320.000 = 80.000 \text{ €}$

Pregunta 4. Opción A. El asesor de la empresa Mazucu SL debe emitir un informe para aconsejar o no la adquisición de una nueva maquinaria. La información que se le proporciona para realizar su informe es la siguiente: la compra se financiaría al 100 % con un préstamo bancario a dos años cuyo tipo de interés es del 4 %:

a) ¿Interesa llevar a cabo la inversión si, con los flujos de efectivo estimados de la operación, la Tasa Interna de Retorno (TIR) de la inversión es del 5 %? Justifique la respuesta (1 punto).

La puntuación máxima de esta pregunta es de 1 punto: 0,25 por la decisión a adoptar; 0,75 por la justificación.

• El asesor debe proponer llevar a cabo la operación, debido a que, al ser superior la TIR de la operación (5%) al coste efectivo de financiación de esta (4%), el **Valor Actual Neto (VAN) de la inversión sería positivo**.

b) Clasifique, atendiendo a los criterios de procedencia, propiedad (o titularidad) y plazo de devolución, el préstamo bancario con el que la empresa Mazucu SL financiaría la inversión anterior, si finalmente decidiese llevarla a cabo (0,75 puntos).

La puntuación máxima de esta pregunta es de 0,75 puntos: 0,25 cada criterio.

• Según criterio de procedencia: **externa**. • Según criterio de propiedad o titularidad: **ajena**. • Según criterio de plazo de devolución: **a largo plazo**.

c) Identifique y defina una fuente de financiación cuya procedencia sea diferente a la del préstamo bancario (0,75 puntos).

La puntuación máxima de esta pregunta es de 0,75 puntos: 0,25 identificar un ejemplo de financiación interna; 0,5 la definición.

Ejemplos de financiación interna o autofinanciación: autofinanciación por enriquecimiento (reservas) y autofinanciación por mantenimiento (fondos de amortización y provisiones) (a elegir una): • **Reservas:** Beneficios no distribuidos por la empresa. • **Amortización:** Fondo constituido para cubrir la pérdida de valor de los activos del inmovilizado, ya sea por el paso del tiempo, por el desgaste que se produce como consecuencia del uso o por la obsolescencia (o depreciación económica por los avances tecnológicos). • **Provisión:** Fondo constituido para hacer frente a ciertas pérdidas que aún no se han producido, o bien futuros gastos (para indemnizaciones, para pago de impuestos...).

Pregunta 4. Opción B. La empresa Lavianesa SA va a realizar una inversión de 34.000 €, de la que espera obtener los siguientes flujos de caja: el primer año estima cobros por 70.000 € y pagos por 45.040 €; el segundo prevé tener cobros por 85.000 € y pagos de 74.184 €.

a) Calcule el Valor Actual Neto (VAN) de la inversión con el tipo de interés de descuento actual del 4 % (1 punto).

La puntuación máxima de esta pregunta es de 1 punto: 1 por el cálculo del VAN al 4 %.

$$\text{VAN (4 \%)} = - 34.000 + 24.960 / (1,04) + 10.816 / (1,04)^2 = 0 \text{ €}$$

b) Suponiendo que los 34.000 € con los que se financiaría la anterior inversión procediesen de una ampliación de capital, explique brevemente en qué consiste esta forma de financiación y clasifíquela atendiendo a los criterios de propiedad o titularidad y procedencia (1 punto).

La puntuación máxima de esta pregunta es de 1 punto: 0,5 la definición y 0,25 cada criterio.

• **Ampliación de capital:** operación financiera que permite incrementar los recursos propios de una empresa mediante la emisión de nuevos títulos (concretamente acciones) para poder llevar a cabo nuevas inversiones o para hacer frente a las necesidades de financiación existentes.

• Según criterio de propiedad o titularidad: **propia**. • Según criterio de procedencia: **externa**.

c) No obstante, debido al contexto inflacionista, se estima que el tipo de descuento o tipo de interés para los 2 próximos años va a superar claramente el 4 %, ¿le interesaría realizar la inversión con estas previsiones? (0,5 puntos).

La puntuación máxima de esta pregunta es de 0,5 puntos: 0,5 por rechazar la inversión si el tipo de descuento finalmente superase claramente el 4 %.

• Al superar la tasa de descuento el 4 % **no le interesaría realizar la inversión**, ya que el **VAN sería negativo**.

Pregunta 5. Opción A. Comercial Somedana SL posee los siguientes elementos patrimoniales a 31/12/2024 (en €): • Dinero en cuenta corriente bancaria = 4.000. • Capital social = 12.000. • Mobiliario = 12.000. • Deuda bancaria a 3 años = 6.000. • Existencias de mercaderías = 4.000. • Obligaciones de pago con proveedores = 2.000. • Aplicaciones informáticas (software) = 400. • Ordenadores = 3.600. • Beneficios retenidos de ejercicios anteriores (reservas) = 1.000. • Resultado de 2024 = 3.000 (beneficio neto).

a) Elabore el Balance según el modelo, clasificando estos elementos en las masas patrimoniales correspondientes (1 punto).

La puntuación máxima de esta pregunta es de 1 punto: -0,25 cada partida mal.

ACTIVO NO CORRIENTE	16.000	PATRIMONIO NETO	16.000
Aplicaciones informáticas	400	Capital social	12.000
Mobiliario	12.000	Reservas	1.000
Ordenadores	3.600	Resultado (Beneficio neto)	3.000
ACTIVO CORRIENTE	8.000	PASIVO NO CORRIENTE	6.000
Mercaderías	4.000	Deuda L/P	6.000
Bancos c/c	4.000	PASIVO CORRIENTE	2.000
		Proveedores	2.000
TOTAL	24.000	TOTAL	24.000

b) Calcule e interprete la ratio de Solvencia (Activo Corriente / Pasivo Corriente) (0,75 puntos).

La puntuación máxima de esta pregunta es de 0,75 puntos: 0,25 el cálculo de la ratio de Solvencia y 0,5 la interpretación.

$$\text{Ratio de Solvencia} = (8.000 / 2.000) = 4$$

• **Interpretación:** La empresa tiene 4 € de bienes y derechos que se van a convertir en liquidez en el C/P (AC) por cada 1 € de obligaciones a C/P (PC); situación de gran (excesivo) **desahogo financiero a C/P**.

c) Calcule e interprete el valor de la Rentabilidad Financiera de Comercial Somedana SL [(Beneficio Neto/Patrimonio Neto) por 100] (0,75 puntos).

La puntuación máxima de esta pregunta es de 0,75 puntos: 0,25 el cálculo de la Rentabilidad Financiera y 0,5 la interpretación.

$$\text{Rentabilidad Financiera} [(\text{Beneficio neto}/\text{Patrimonio Neto}) \text{ por } 100] = (3.000 / 16.000) \times 100 = 18,75\%$$

• **Interpretación:** La Rentabilidad Financiera (o rentabilidad del capital o de los recursos propios) muestra el beneficio generado por la empresa con relación al capital aportado por los/as socios/as: en este caso, por cada 100 € utilizados de recursos propios, la empresa es capaz de generar 18,75 € de beneficio neto.

Pregunta 5. Opción B. La Comercial XiXón SA presenta este Balance a cierre de 2024 (cifras en €):

ACTIVO NO CORRIENTE	?	PATRIMONIO NETO	?
		PASIVO NO CORRIENTE	50.000
ACTIVO CORRIENTE	18.000	PASIVO CORRIENTE	?
		TOTAL	260.000

a) Complete los huecos en las masas patrimoniales del Balance, sabiendo que el valor de los Capitales Permanentes (Patrimonio Neto+Pasivo no Corriente) es de 248.000 € (1 punto).

La puntuación máxima de esta pregunta es de 1 punto: 0,25 por cada hueco del Balance.

$$\text{PN} + \text{P} = \text{Activo} = 260.000 \rightarrow \text{ANC} = 242.000 \text{ (por diferencia } = 260.000 - 18.000)$$

$$\text{Si recursos permanentes} = \text{PN} + \text{PNC} = 248.000 \rightarrow \text{PN} + 50.000 = 248.000 \rightarrow \text{PN} = 198.000$$

$$\text{PC} = 12.000 \text{ (por diferencia } = 260.000 - 248.000)$$

ACTIVO NO CORRIENTE	242.000	PATRIMONIO NETO	198.000
		PASIVO NO CORRIENTE	50.000

ACTIVO CORRIENTE	18.000	PASIVO CORRIENTE	12.000
		TOTAL	260.000

b) Calcule el Capital Corriente o Fondo de Maniobra (= Activo Corriente – Pasivo Corriente) y justifique si la empresa se encuentra en una situación de equilibrio o desequilibrio patrimonial (0,75 puntos).

La puntuación máxima de esta pregunta es de 0,75 puntos: 0,25 por el cálculo del Capital Circulante o Fondo de Maniobra y 0,5 por justificar bien el diagnóstico del equilibrio de estabilidad financiera normal.

$$\text{CC} = \text{AC} - \text{PC} = 18.000 - 12.000 = 6.000 \text{ €}$$

$$\text{O también } \text{CC} = (\text{PN} + \text{PNC}) - \text{ANC} = (198.000 + 50.000) - 242.000 = 248.000 - 242.000 = 6.000 \text{ €}$$

• **Interpretación:** Capital Circulante o Fondo de Maniobra positivo es el exceso de los activos que se van a convertir en liquidez en el C/P sobre las deudas que la empresa debe abonar en el C/P. Al ser positivo, la empresa **Comercial XiXón SA** no tendrá problemas para afrontar sus pagos o compromisos en el C/P: **situación de estabilidad financiera normal**.

c) Calcule e interprete la ratio de Endeudamiento [Pasivo / (Patrimonio Neto+Pasivo)] (0,75 puntos).

La puntuación máxima de esta pregunta es de 0,75 puntos: 0,25 el cálculo de la ratio de Endeudamiento y 0,5 la interpretación.

$$\begin{aligned} \text{Ratio de Endeudamiento} &= [\text{Pasivo} / (\text{Patrimonio Neto} + \text{Pasivo})] = \\ &= [(50.000 + 12.000) / (198.000 + 50.000 + 12.000)] = 62.000 / 260.000 = 0,2384 \end{aligned}$$

• **Interpretación:** la relación entre las deudas de la empresa (Pasivo) y el total del Patrimonio Neto y Pasivo es de 0,2384; es decir, el endeudamiento representa el 23,84% de la estructura financiera de la empresa (lo que equivale a decir que la empresa financia un 23,84% de sus inversiones y recursos totales con recursos ajenos).