

Examen 2015/16-2

Asignatura	Código	Fecha	Hora inicio
Administración y gestión de organizaciones	75.556	22/06/2016	09:00


 75.556 22 06 16 EX

Espacio para la etiqueta identificativa con el código personal del **estudiante**.
Examen

Este enunciado corresponde también a las siguientes asignaturas:

- 75.041 - Organización y Administración de empresas. Contabilidad
- 76.504 - Administración y gestión de organizaciones
- 81.500 - Administración y gestión de organizaciones

Ficha técnica del examen

- Comprueba que el código y el nombre de la asignatura corresponden a la asignatura de la cual estás matriculado.
- Debes pegar una sola etiqueta de estudiante en el espacio de esta hoja destinado a ello.
- No se puede añadir hojas adicionales.
- No se puede realizar las pruebas a lápiz o rotulador.
- Tiempo total 2 horas
- En el caso de que los estudiantes puedan consultar algún material durante el examen, ¿cuál o cuáles pueden consultar?: No puede consultarse ningún material
- Valor de cada pregunta: Indicado en cada apartado
- En el caso de que haya preguntas tipo test: ¿descuentan las respuestas erróneas? NO
¿Cuánto?
- Indicaciones específicas para la realización de este examen
Puede utilizarse calculadora no financiera.

Enunciados

Examen 2015/16-2

Asignatura	Código	Fecha	Hora inicio
Administración y gestión de organizaciones	75.556	22/06/2016	09:00

1. PEC1 - 3 PUNTOS – TIEMPO ESTIMADO: 25 MINUTOS

NH se define como:

“NH Hotel Group es una de las 25 hoteleras más grandes del mundo y una de las principales de Europa. La Compañía opera cerca de 400 hoteles con alrededor de 60.000 habitaciones en 29 países de Europa, América y África.

En NH Hotel Group nos caracteriza la vocación de servicio de nuestros empleados y la búsqueda de la satisfacción de nuestros clientes a través de la calidad de nuestros servicios y la constante innovación. Los establecimientos cuentan con las más avanzadas tecnologías para facilitar al cliente tanto la comunicación como el trabajo y el entretenimiento.”

a) Propón una posible misión, visión y valores. Justifica la respuesta. (1 punto)

VISIÓN DE NH HOTELES

Recompensar el tiempo que nos dedican nuestros clientes, mejorando su experiencia y contribuyendo a un mundo más sostenible.

MISIÓN DE NH HOTELES

Ofrecer servicios de hostelería sostenibles y eficientes para nuestros clientes, accionistas, socios, empleados y para la sociedad en general.

LOS VALORES DE NH HOTELES

Los valores que guían a diario la actividad de NH Hoteles, tanto interna como externamente, son los siguientes:

Orientación a las personas: El principal activo de la compañía son las personas: nuestros clientes y nuestros empleados, nuestros accionistas y nuestros proveedores. Gracias al rendimiento de nuestros empleados podemos ofrecer a nuestros clientes un servicio personalizado y una experiencia satisfactoria. El reto de la cadena es cumplir este compromiso.

Innovación: Nuestro desafío es anticiparnos a las necesidades actuales y futuras de los clientes. En NH Hoteles todos tenemos la responsabilidad de escuchar la “voz del cliente”, estudiar las posibilidades de la tecnología, monitorizar las tendencias del mercado y analizar los cambios en los hábitos de vida.

Responsabilidad medioambiental: Como empresa responsable del sector turístico, NH Hoteles se compromete al cuidado y respeto del medio ambiente en el ejercicio diario de sus actividades, productos y servicios, minimizando el impacto negativo en el entorno y fomentando una cultura sostenible interna y externamente.

Sentido del negocio: En NH Hoteles ejecutamos las acciones necesarias en coherencia con la estrategia adoptada para alcanzar nuestros objetivos de negocio y satisfacer los intereses económicos de nuestros accionistas.

b) Propón un posible organigrama funcional para NH hoteles (Sólo hace falta desarrollar el organigrama que correspondería al equipo directivo). Justifica la respuesta. (0,8 puntos)

Examen 2015/16-2

Asignatura	Código	Fecha	Hora inicio
Administración y gestión de organizaciones	75.556	22/06/2016	09:00

EXECUTIVE TEAM HQ. April 2016



- c) NH Hoteles ha puesto en marcha distintas iniciativas que mejoran su posición competitiva, incrementan sus niveles de eficiencia y la dotan de mayor solvencia. Indica, en cada iniciativa, a que área de actividad de la empresa corresponde (1,2 puntos)

Iniciativa	Área de actividad
Contratar personal de alta cualificación.	Recursos humanos
Certificar la norma de gestión de la calidad ISO 9001.	Calidad
Diseñar una campaña comercial 2016 enfocada al servicio al cliente.	Comunicación y servicios de marketing
Subcontratar proveedores de gran calidad y precios ajustados.	Compras
Desarrollar su estrategia presente y futura, con especial atención en la relación y comercialización con los clientes a través de Internet.	Comercial
Planificar y controlar los costes de la empresa de forma rigurosa, prestando especial atención en la solvencia empresarial.	Finanzas y control
Formación continua al personal.	Recursos Humanos
Establecer las líneas estratégicas de la empresa.	Dirección

Examen 2015/16-2

Asignatura	Código	Fecha	Hora inicio
Administración y gestión de organizaciones	75.556	22/06/2016	09:00

2.PEC2 – 1.5 PUNTOS – TIEMPO ESTIMADO: 15 MINUTOS

Indica cuáles son los factores que determinan la cantidad que un productor está dispuesto a ofrecer de un bien y explica cómo afectan a la oferta (desplazamientos de la curva de oferta).

El principal factor que determina la cantidad que un productor está dispuesto a ofrecer de un bien es el precio al que pueda vender su producto. Cuanto mayor sea el precio mayor será la cantidad que estará dispuesto a ofrecer.

Otras variables además del precio del bien que pueden afectar la oferta son:

- el precio de los recursos utilizados para producir el bien (factores productivos)
- el nivel de la tecnología existente,
- el precio de bienes relacionados,
- los impuestos sobre las ventas,
- y refiriéndonos a la oferta de mercado, el número de empresas.

3.PEC2 – 1.5 PUNTOS - TIEMPO ESTIMADO: 15 MINUTOS

Una empresa estudia la posibilidad de desarrollar una nueva línea de negocio con el lanzamiento de un nuevo producto. Con esta finalidad, el director financiero estima que los recursos que se comprometerán para llevar a cabo el proyecto serán los siguientes:

Concepto	Importe inversión
Compra de máquinas	2.000
Inversión en instalaciones	4.000
Inversión en materiales	2.000

Una vez evaluada la necesidad de recursos que exige esta nueva línea productiva, el director financiero aporta las previsiones relativas a la evolución de las principales magnitudes económicas que tendrán impacto tanto en los cobros (ventas) como en los pagos (gastos):

Concepto	Año 1	Año 2
Previsión ventas	200 unidades	250 unidades
Gastos productivos	5 x unidad fabricada	8 x unidad fabricada
Gastos de personal	500 u.m.	600 u.m.
Gastos comerciales	2.500	4.000

Se pide.

a) Determinar el valor de los flujos de cada año (inicial, año 1 y año 2) considerando un precio de venta de 45 € / unidad. (0.5 puntos)

Solucinó: Con precio = 45 € / unidad.

	Unidades	Ingresos	Gastos	Flujo
Año 0				-8.000
Año 1	200	9.000	-4.000	5.000
Año 2	250	11.250	-6.600	4.650

Examen 2015/16-2

Asignatura	Código	Fecha	Hora inicio
Administración y gestión de organizaciones	75.556	22/06/2016	09:00

b) Argumentar aplicando el método del VAN, con un coste del capital del 5%, si es acertado proponer un precio de venta de 45 € / unidad o no. ¿Es viable el proyecto con este precio? (1 punto)

Solución::

$$\text{VAN (k=5\%)} = -8.000 + 5.000 / 1.05 + 4.650 / 1.1025 = 980.00 \text{ €}$$

VAN > 0 El proyecto es viable..

4.PEC3 – 1.5 PUNTOS - TIEMPO ESTIMADO: 15 MINUTOS

La excelencia, la autenticidad y la proximidad son los valores principales de Tegust, una nueva empresa situada en Forallac (Girona) que ofrece infusiones de alta calidad hechas con plantas aromáticas que han sido cultivadas en territorio catalán. La empresa, fundada por un grupo de socios y encabezada por el emprendedor gerundense y creador de la primera infusión de ratafia (un aguardiente propio de la zona), José Mascarós, tiene como objetivo dignificar el mundo de las infusiones. Comercializa 14 productos diferentes como infusiones innovadoras, tradicionales y exóticas, que se pueden encontrar en establecimientos de restauración, máquinas expendedoras, supermercados, ferias y tiendas gourmet. La empresa se ha dado a conocer básicamente con sus apariciones en la prensa y los medios televisivos.

Tegust cuida la calidad de su producto y, por este motivo, presenta cada unidad en una bolsa piramidal de nylon envasada en un sobre individual termosellado, que permite mantener el aroma y garantizar que esta unidad no ha sido manipulada antes de consumirla. De encajar los sobres se encarga una entidad del tercer sector, el Centro Ocupacional y Especial de Trabajo Tramontana de Palafrugell, formado por trabajadores con discapacidad intelectual.

La mayoría de los ingredientes que se utilizan para elaborar las infusiones provienen del Parque de los Olores, una red de productores locales que hacen cultivos ecológicos de plantas aromáticas y medicinales y que están repartidos por toda Cataluña. Actualmente Tegust no tiene una planta propia -prevé tener una propia dentro de tres años- y por ello elabora en el País Vasco. Todas estas características sitúan Tegust como una empresa única en su sector.

a) Define Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

Consiste en la asunción voluntaria por parte de las empresas de responsabilidades derivadas los efectos de su actividad sobre el mercado y la sociedad, así como sobre el medio ambiente y las condiciones de desarrollo humano.

b) Explica cómo incorpora este concepto la empresa en las áreas siguientes:

- Empleados y trabajadores
- Proveedores
- Clientes y consumidores
- Medio ambiente

- Empleados y trabajadores
- Integración de trabajadores con discapacidades.
- Proveedores

Control de la cadena de proveedores, ya que la mayoría de los ingredientes que se utilizan para elaborar las infusiones provienen del Parque de los Olores, una red de productores locales que hacen cultivos ecológicos de plantas aromáticas y medicinales y que están repartidos por toda Cataluña .

- Clientes y consumidor

Gestión responsable de la empresa hacia el cliente ofreciéndole un producto de calidad y respetuoso con el medio ambiente.

Examen 2015/16-2

Asignatura	Código	Fecha	Hora inicio
Administración y gestión de organizaciones	75.556	22/06/2016	09:00

- Medio ambiente
Empresa sostenible, ya que el producto es ecológico y de km 0.

5.PEC3 – 1.5 PUNTOS - TIEMPO ESTIMADO: 10 MINUTOS

a) Elabora un análisis DAFO de la empresa anterior indicando dos respuestas para cada variable.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> - Producto innovador. - Diseño impactante. - Fuerte responsabilidad social de la empresa. - Buena distribución del producto. 	<ul style="list-style-type: none"> - Dependencia externa de la producción. - Falta de promoción del producto.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> - Crecimiento del mercado de productos ecológicos. <p>Crecimiento del mercado de productos de km0</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Competencia de las marcas tradicionales. - Competencia de las marcas de producto ecológico. - Falta concienciar más a la población de las virtudes de las infusiones.

b) ¿Qué características debería tener el emprendedor creador de esta empresa? Di al menos 5.

- Iniciativa
- liderazgo
- Trabajo En equipo
- Confianza
- Assumpció De riesgos
- decisión
- Capacidad laboral
- aptitudes negociadoras

6.PEC4 – 1 PUNTO - TIEMPO ESTIMADO: 15 MINUTOS

Examen 2015/16-2

Asignatura	Código	Fecha	Hora inicio
Administración y gestión de organizaciones	75.556	22/06/2016	09:00

¿Qué quiere decir que los negocios están basados en la gestión de la información y que la información se ha convertido en un valor económico por sí misma? Propón 5 ejemplos que demuestren que una empresa está basada en la información, es decir, que expliquen la empresa basada en la información.

Actualmente, la información se ha convertido en un valor económico en si misma puesto que implica crear riqueza en la empresa a partir del intercambio de bienes, servicios e información dentro y fuera de los límites de la empresa.

Ejemplos de ello serían:

- Los gestores procesan y usan información, y la información y las redes de información son el elemento que relaciona a cada agente con los demás.
- Las operaciones dependen de los sistemas de información.
- La información aporta valor a los productos. Un producto puede ser un sistema de información en si mismo, incluyendo sistemas de diagnóstico, corrección, o puede formar parte de un sistema de información superior.
- La cadena de valor es física pero también virtual.
- La tecnología de la información está en todas las tecnologías utilizadas actualmente.
- Con información se diseñan nuevos negocios y estructuras organizativas