

	<p align="center">Pruebas de Acceso a enseñanzas universitarias oficiales de Grado Castilla y León</p>	<p align="center"><i>Economía de la empresa</i></p>	<p align="center">Modelo “0”</p>
---	---	---	---

1. ELIJA UNA OPCIÓN ENTRE LA OPCIÓN “A” Y LA OPCIÓN “B” Y RESPONDA ÚNICAMENTE A LAS PREGUNTAS DE LA OPCIÓN ELEGIDA.

2. RESUELVA EL TEST EN LAS HOJAS EN BLANCO QUE SE LE FACILITAN PARA ESCRIBIR LAS RESPUESTAS Y NO EN LAS HOJAS DE PLANTEAMIENTO DEL EXAMEN.

3. CRITERIOS DE CORRECCIÓN:

PRIMERA PARTE: El test se valorará del siguiente modo:

- Cada pregunta acertada añade un punto
- Cada pregunta no acertada resta 0,33 puntos
- Las preguntas en blanco no puntúan

La suma total se dividirá entre 16 y se multiplicará por 4, dando como resultado la nota de la primera parte.

SEGUNDA PARTE: El ejercicio práctico se corregirá valorando cada epígrafe con un máximo de 1 punto. El total se dividirá entre el número de epígrafes y se multiplicará por 3, dando como resultado la nota de la segunda parte

TERCERA PARTE: El comentario de texto se valorará aplicando los mismos criterios que en la segunda parte.

OPCIÓN A

1ª PARTE – PREGUNTAS DE TEST

1.- La promoción de ventas:

- a.- Persigue un aumento de ventas a corto plazo.
- b.- Permite un contacto directo, sin intermediarios, entre consumidor y empresa.
- c.- Las dos opciones anteriores son correctas.

2.- En una sociedad anónima, los socios:

- a.- Aportan sólo trabajo.
- b.- Aportan sólo capital.
- c.- Aportan capital y trabajo.

3.- Los cambios de legislación se consideran parte del:

- a.- Entorno general de la empresa.
- b.- Entorno específico de la empresa.
- c.- Entorno interno de la empresa.

4.- Se llama rotura de stock:

- a.- A la situación en la que no hay productos en el almacén cuando se necesitan.
- b.- A la cantidad de productos que se rompen en el almacén.
- c.- Al punto en el que la cantidad producida y la cantidad vendida se igualan.

- 5.- En un museo se ha realizado un estudio para averiguar qué salas eran las más visitadas. Se realizó una entrevista a los visitantes que salían del museo durante varios días a lo largo de un trimestre. La técnica de recogida de información empleada es:
- La observación.
 - La encuesta.
 - Ninguna de las opciones anteriores es correcta.
- 6.- Cuando hablamos del tamaño de las instalaciones de una empresa nos estamos refiriendo al concepto de:
- Localización.
 - Dimensión.
 - Almacenamiento.
- 7.- El ciclo de vida del producto es:
- La evolución de las ventas a lo largo del tiempo que está presente en el mercado.
 - La evolución del beneficio que proporciona a la empresa a lo largo del tiempo que está presente en el mercado.
 - La evolución de la rentabilidad que proporciona a la empresa a lo largo del tiempo que está presente en el mercado.
- 8.- De los siguientes elementos patrimoniales, cuál pertenece a los recursos propios (o financiación propia):
- Un empréstito.
 - Las reservas.
 - Un crédito a largo plazo.
- 9.- De los siguientes conceptos, cuál es una masa patrimonial:
- Balance de situación.
 - Exigible (Acreedores comerciales).
 - Inventario.
- 10.- ¿Cuál de los siguientes elementos **no** forma parte del concepto de empresa?
- Hay coordinación entre factores productivos, financieros, comerciales,...
 - No se asume ningún tipo de riesgo.
 - La actividad se orienta a la obtención de unos objetivos.
- 11.- Una agencia de viajes opera en el sector:
- Primario.
 - Secundario.
 - De servicios.
- 12.- ¿Cuál de los siguientes elementos **no** es necesario para calcular el Valor Actual Neto (VAN)?
- El coste del capital.
 - El punto muerto.
 - Los flujos netos de caja.
- 13.- Son técnicas claramente publicitarias:
- Los anuncios en vallas y revistas especializadas.
 - Los descuentos motivados por el volumen de compras.
 - Las publicaciones internas de la empresa.

14.- El período que transcurre desde que se compra la materia prima hasta que se vende y cobra el producto se denomina:

- a.- Período medio de venta.
- b.- Ciclo de explotación.
- c.- Período de cobro.

15.- Una fusión de empresas es una forma de crecimiento

- a.- Interno.
- b.- Externo.
- c.- Productivo.

16.- Un albañil que trabaja para una empresa poniendo losas, cobra 1500 euros mensuales con independencia de las losas que ponga y 50 céntimos de euro por losa colocada. Este sueldo es:

- a.- Un coste fijo en su totalidad.
- b.- Un coste variable en su totalidad.
- c.- 1500 euros es coste fijo y el resto del sueldo mensual es coste variable.

2ª PARTE – EJERCICIO PRÁCTICO

Una empresa textil decide ofrecer a sus trabajadores el servicio de comedor. Si elabora la comida dentro de la empresa, la instalación de la cocina y la contratación de cocinero suponen unos costes fijos de 30.000 € y un coste variable unitario de 5 €. Si encarga los menús a un restaurante vecino, el coste de cada menú (contando el transporte) es de 8 €.

SE PIDE:

- a) Hallar a partir de qué cantidad de menús diarios es preferible elaborarlos en la propia empresa.
- b) Suponiendo que 500 trabajadores usaran el servicio de comedor una media de 200 días al año, calcular el coste de elaboración propia y el de adquisición de los menús al restaurante.
- c) Representación gráfica de los costes de producir y de comprar

3ª PARTE – COMENTARIO DE TEXTO

INVERSIONES QUE COMPENSAN.

Expansión, 24 de marzo 2009.

En España, las empresas están alcanzando ya niveles de informatización similares a los de otros países europeos, si bien muchas pequeñas y medianas empresas no se atreven aún a dar el salto definitivo. Los expertos apuntan a que este es el momento apropiado para invertir en tecnología. Desde la patronal tecnológica FUNDETEC, se destaca que tener acceso a internet es tener acceso a información sobre buenas prácticas en los distintos sectores de la economía. Asimismo, la asociación advierte de que “las grandes empresas están cada día más tecnificadas, lo que les hace ser más competitivas y, a su vez, pone en peligro a las pymes y microempresas, que pueden quedar atrás en la rápida evolución que los clientes demandan”.

“Una empresa que consiga gestionar eficientemente sus TIC logrará ser más productiva, con incrementos que pueden llegar a superar el 70%, cumplir los objetivos estratégicos establecidos y experimentar mayores crecimientos de negocio”, comenta Pedro Montarelo, director de Responsabilidad Social Corporativa de Sun Microsystems Ibérica.

La informatización de una compañía no es tarea fácil. Por un lado, no existen suficientes entidades dedicadas a la difusión de las novedades tecnológicas específicas para cada sector. Tampoco las

compañías tecnológicas han estado tradicionalmente dispuestas a desarrollar sistemas fáciles de entender, de usar y de integrar con el resto de tecnologías de la empresa. Por su parte, las firmas de sectores no intensivos en el uso de las TIC tienen, por lo general, un escaso conocimiento del catálogo de soluciones tecnológicas existentes en el mercado, y por tanto desconocen aquellas que mejor se adaptan a las características específicas de sus negocios.

Por último, la mayor de las barreras para la adopción de nuevas tecnologías por parte de las pymes es su coste. Pese a todo, si la crisis tiene una cara amable, esta puede ser la reducción de algunos precios.

CONTESTE A LAS SIGUIENTES PREGUNTAS:

- a) Defina, desde el punto de vista económico, los siguientes conceptos: Pymes, empresa, multinacional, productividad y TIC.
- b) Ventajas e inconvenientes de las pymes.
- c) De acuerdo con el texto, ¿qué aporta a la empresa una buena gestión de las tecnologías de la información (TIC)? ¿Cómo pueden las empresas pequeñas acceder a una buena gestión de las TIC?

OPCIÓN B

1ª PARTE – PREGUNTAS DE TEST

- 1.- Un mercado caracterizado por pocos oferentes y muchos demandantes se denomina:
 - a.- Competencia perfecta.
 - b.- Oligopolio de oferta.
 - c.- Monopolio.

- 2.- Un centro deportivo ha segmentado su mercado en función de la edad. El criterio de segmentación utilizado es de tipo:
 - a.- Demográfico.
 - b.- Geográfico.
 - c.- Socioeconómico.

- 3.- El balance de una empresa ofrece información de:
 - a.- Los recursos y deudas de una empresa.
 - b.- Gastos e ingresos del ejercicio.
 - c.- Entradas y salidas de tesorería.

- 4.- La forma más habitual de medir el tamaño de una empresa es en función de:
 - a.- El volumen de ventas y el número de trabajadores.
 - b.- El número de clientes y proveedores y los gastos de personal.
 - c.- Los metros cuadrados de instalación y el número de clientes.

- 5.- Las fuentes de información en un estudio de mercados pueden clasificarse en:
 - a.- Fuentes directas e indirectas
 - b.- Fuentes primarias y secundarias.
 - c.- Fuentes fijas y variables

- 6.- De estas funciones, ¿cuál es desempeñada directamente por la dirección de la empresa?
 - a.- El control de las actividades y de sus resultados (o la planificación de la actividad / o la organización de las actividades).
 - b.- La venta de productos.
 - c.- La gestión de inventarios en los almacenes.

- 7.- La rentabilidad se calcula como:
 - a.- Beneficio multiplicado por capital invertido.
 - b.- Beneficio dividido entre capital invertido.
 - c.- Capital invertido dividido entre Beneficio.

- 8.- La cuenta de proveedores refleja:
 - a.- Lo que debemos a los proveedores.
 - b.- Lo que nos deben a nosotros los proveedores.
 - c.- El capital que aportan a la empresa los proveedores.

- 9.- Los costes fijos:
 - a.- Se multiplican por el número de unidades producidas para hallar los costes variables.
 - b.- Son siempre superiores a los costes variables.
 - c.- Se suman a los costes variables para obtener los costes totales de la empresa.

10.- Dos empresas competidoras fabricantes de mermelada se fijan como objetivo para un determinado mes envasar 10.000 tarros de 250 gr. al día. Ambas lo consiguen con igual calidad, pero con costes diferentes. Se puede afirmar que:

- a.- Las dos son igualmente eficientes.
- b.- Una es más eficiente que la otra.
- c.- Ninguna es eficiente.

11.- Una fusión de empresas es una forma de crecimiento

- a.- Interno.
- b.- Externo.
- c.- Productivo.

12.- La responsabilidad frente a las deudas es ilimitada en:

- a.- El empresario individual.
- b.- Las sociedades anónimas.
- c.- Las sociedades de responsabilidad limitada.

13.- El ayuntamiento de una ciudad posee una empresa de autobuses urbanos y decide vender una parte a un particular. Tras la operación de venta, la empresa resultante es:

- a.- Pública.
- b.- Privada.
- c.- Mixta.

14.- Una empresa desea contratar a una persona para que se encargue de llevar la contabilidad. La tarea de decidir el perfil de la persona que se ha de contratar la realiza el:

- a.- Departamento de producción.
- b.- Departamento de recursos humanos.
- c.- Departamento comercial.

15.- Un préstamo a largo plazo es:

- a.- Un activo.
- b.- Un pasivo.
- c.- Fondos propios.

16.- Una clínica dental es una empresa perteneciente al:

- a.- Sector primario.
- b.- Sector secundario.
- c.- Sector terciario.

2ª PARTE – EJERCICIO PRÁCTICO

Una empresa dedicada a la compra-venta de dulces vende anualmente unas 100 bolsas de caramelos, de 2 Kgs. cada una. El coste anual de almacenar una bolsa es de 0,5 € y el coste de gestionar un pedido es de 1 €. La empresa trabaja 300 días al año.

SE PIDE:

- a) Volumen óptimo de pedido
- b) Plazo entre pedidos. Ventas diarias
- c) Representación gráfica

LEVI STRAUSS DECLARA LA GUERRA A SUS RIVALES

El fabricante de los vaqueros Levi's ha lanzado una ofensiva por la defensa de la propiedad intelectual de la mítica 'V'

PABLO PARDO. Especial para EL MUNDO, Lunes, 5 de febrero de 2007, el mundo.es

WASHINGTON.- Estados Unidos es un país hecho para litigar. Y para registrar la propiedad intelectual de todo. [...]

Y ahora, ambas características se han unido en una marca inequívocamente americana: Levi's. El mítico fabricante de vaqueros está entre las 10 empresas que más demandas interponen. Según un informe de la empresa [...] Thomson West, Levi Strauss Company -la matriz de Levi's- es la sexta empresa de EEUU que más denuncias ha puesto en los últimos cinco años, por delante de compañías como General Motors, Walt Disney o Nike, que la superan varias veces en tamaño.

¿Y a qué se deben las demandas? Esencialmente, a la violación de los derechos de propiedad intelectual sobre los vaqueros Levi's. Y, más concretamente, a los bolsillos de atrás. Todo arranca el 20 de mayo de 1873, el día en el que los sastres de origen alemán y letón Levi Strauss y Jacob Davis, respectivamente, recibieron la patente número 139.121, que registraba su propiedad sobre los pantalones reforzados con clavos de cobre. En 1943 Levi Strauss registró los bolsillos traseros de sus pantalones, con el dibujo de una V marcado con dos costuras [...].

Ahora, 133 años después, la patente número 139121 se ha convertido en el campo de batalla entre Levi Strauss y sus competidores, en concreto debido a la V. Un equipo de 40 detectives, según The New York Times, patrulla por todo el mundo, visitando establecimientos de cadenas como Hermenegildo Zegna, Guess o Lucky Brand. El resultado han sido 99 denuncias contra competidores por la supuesta violación de sus derechos de propiedad intelectual en ese bolsillo.

La selección de esas tiendas no parece casual. Levi Strauss está en guerra con los fabricantes de vaqueros de gama alta, que venden sus productos a precios que oscilan entre los 200 y 400 dólares -entre 150 y 300 euros-. Son empresas como Guess, Calvin Klein o Miss Sixty que, hace una década, empezaron a fabricar vaqueros caros y esencialmente orientados al público femenino, justo mientras los Levi's pasaban a venderse en cadenas de descuento como Wal-Mart que, en la primera economía del mundo, representan la quintaesencia de la falta de sofisticación.

Así que Levi Strauss, tras inventar el producto y ser el líder indiscutible durante un siglo, tomó la dirección contraria a la del mercado. Desde entonces, los problemas para la inventora de los tejanos no han hecho más que multiplicarse, hasta el punto de que hace dos años la empresa anunció el cierre de sus dos últimas fábricas en Estados Unidos.

CONTESTE A LAS SIGUIENTES PREGUNTAS:

- a) Defina, desde el punto de vista económico, los siguientes conceptos: innovación, líder de mercado, marca y tiendas de descuento.
- b) Marketing-mix: el producto y el precio.
- c) A partir del texto, explique por qué defiende Levi Strauss la "V" de los bolsillos de sus pantalones y por qué en este caso la protección de la patente parece no funcionar.

