

	Pruebas de Acceso a Enseñanzas Universitarias Oficiales de Grado Mayores 25 y 45 años Castilla y León	ECONOMÍA DE LA EMPRESA	EXAMEN Nº páginas: 7
---	--	-----------------------------------	--------------------------------

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. En caso de que dicha nota sea negativa la puntuación final de la parte del Test será cero.

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 comunidad de bienes es:
 - a.- Una agrupación de personas que posee la propiedad de algo.
 - b.- El conjunto de activos de una empresa.
 - a.- La suma del activo y el pasivo de una empresa.

2. Una zapatería pertenece al sector:
 - a.- Primario.
 - b.- Secundario.
 - c.- Terciario.

3. ¿Cuál de las siguientes características no es propia de las empresas multinacionales?
 - a.- Disponer de fuentes de financiación poco diversas.
 - b.- Tener estructuras organizativas complejas.
 - c.- Tener un capital social elevado.

4. Una de las ventajas de las pequeñas empresas es:
 - a.- Ser más flexibles y adaptables.
 - b.- Tener mejor nivel tecnológico.
 - c.- Tener mejores posibilidades de financiación.

5. La organización informal de la empresa está representada mediante:
 - a.- Un organigrama vertical.
 - b.- Un organigrama radial.
 - c.- No se representa mediante organigrama.

6. La gestión de los canales de distribución de la empresa pertenece a la función:
 - a.- Comercial.
 - b.- De recursos humanos.
 - c.- Contable.

7. ¿Cuál de las siguientes respuestas no es, de forma general, un coste de fabricación?:
 - a.- Gastos financieros.
 - b.- Materias primas.
 - c.- Suministros.

8. Una ruptura de stocks se produce cuando:
 - a.- No hay existencias en el almacén.
 - b.- Se rompen las mercancías almacenadas.
 - c.- Las existencias están por debajo del stock de seguridad.

9. En la etapa de crecimiento del ciclo de vida del producto:
 - a.- Las ventas son estables.
 - b.- Empiezan a aparecer otros productos de la competencia atraídos por los beneficios.
 - c.- Los beneficios son estables, pero con tendencia a decrecer.

- 10.Cuál de los siguientes conceptos no pertenece al “marketing-mix”:
 - a.- El producto.
 - b.- El proceso de fabricación.
 - c.- La distribución.

11. En la investigación de mercados, los datos obtenidos a través del INE son:
 - a.- Fuentes externas primarias.
 - b.- Fuentes internas.
 - c.- Fuentes externas secundarias.

12. ¿Qué diferencia existe entre los conceptos de acreedores y proveedores?
 - a.- Los proveedores suministran bienes relacionados con el proceso productivo y los acreedores servicios.
 - b.- Los acreedores suministran bienes relacionados con el proceso productivo y los proveedores servicios.
 - c.- No hay diferencia entre los dos conceptos.

13. El libro contable que registra cronológicamente todas las operaciones relativas a la actividad de la empresa se denomina:
 - a.- Libro de Actas.
 - b.- Libro Diario.
 - c.- Libro Mayor.

14. Según el criterio del VAN, se elige el proyecto de inversión que tenga:
 - a.- Menor valor actual neto de los flujos de caja.
 - b.- Mayor desembolso inicial.
 - c.- Mayor valor actual neto de los flujos de caja.

15. El activo corriente está formado por:
- Elementos patrimoniales que circulan libremente por la empresa.
 - Conjunto de elementos productivos que se amortizan.
 - Bienes y derechos que utilizan las empresas en su actividad y que se suelen convertir en dinero en un corto periodo de tiempo.
16. Los socios responden personal, solidaria e ilimitadamente frente a las deudas contraídas por la empresa en:
- Las sociedades anónimas.
 - Las sociedades limitadas.
 - Las sociedades colectivas.

2ª PARTE – EJERCICIO PRÁCTICO

La empresa *ParaguasDeSoria* vende paraguas. Hasta ahora los compraba a un fabricante portugués, a 2 €/unidad, pero el nuevo propietario ha encargado un estudio de costes para valorar la posibilidad de optar por producción propia; según el estudio, deberían asumirse 12.000 € anuales de costes fijos y el coste variable de producir un paraguas sería de 0,8 €. *ParaguasDeSoria* estima que puede producir y vender 15.000 paraguas al año.

SE PIDE:

- Calcular el coste para *ParaguasDeSoria* de producir ese número de unidades.
- Determinar si, para el volumen de ventas previstas, a *ParaguasDeSoria* le interesa comprar u optar por producción propia.
- ¿A partir de qué punto (número de unidades) le es indiferente comprar o fabricar?

3ª PARTE – COMENTARIO DE TEXTO

Aldi acelera su expansión en España con la apertura de 50 supermercados en 2023

Madrid, Cataluña, Andalucía y la Comunidad Valenciana concentran la mitad de las nuevas tiendas

Cristina Galindo, El País, 12 de enero de 2023

La **cadena** alemana de supermercados Aldi acelerará este año su expansión en el mercado español con la apertura de 50 nuevas tiendas que se sumarán a los 394 establecimientos que ya tiene por todo el territorio, según ha informado este jueves la empresa. Cuatro autonomías (Madrid, Cataluña, Andalucía y la Comunidad Valenciana) concentrarán casi la mitad del crecimiento previsto para 2023, mientras el grupo abrirá por primera vez en Melilla.

Aldi es una de las empresas del sector que más aperturas está llevando a cabo en España, que considera un mercado estratégico para su crecimiento en Europa y en el que desembarcó en 2002. La firma, con un modelo de negocio basado en el descuento y un **surtido** compuesto en el 86% en marcas propias, seguirá reforzando su presencia este año a pesar del desafío que supone el actual escenario de sobrecostes. En los últimos tres años, ha abierto cerca de un centenar de establecimientos, a un ritmo de 40 aperturas anuales en 2021 y 2022, que subirá a 50 en 2023.

“El compromiso de Aldi con España se mantiene fuerte e inalterable”, asegura el consejero delgado en España, Valentín Lumberras, en el comunicado. La superficie comercial es la actualidad es de unos 440.000 metros cuadrados. El grupo, cuya **plantilla** ha crecido un 12% en

el último año hasta las 6.600 personas, también seguirá creciendo en aquellas regiones en las que ha abierto recientemente o con menor número de tiendas, como la zona norte de España o Canarias, donde suma nueve establecimientos desde su llegada en julio de 2022 y que seguirá aumentando a lo largo del año.

Cuota de mercado

La compañía tiene en la actualidad una **cuota de mercado** del 1,5%, según los datos de la consultora Kantar. Y sus dos inmediatos rivales, Lidl y Dia, tienen un 5,9% y un 4,8%, respectivamente, en un mercado que está liderado por Mercadona (25,3%) y Carrefour (9,7%).

De forma paralela, la cadena de supermercados también ha reforzado su capacidad logística. El año pasado amplió su centro de Dos Hermanas (Sevilla) y Masquefa (Barcelona) y puso en marcha una nueva plataforma en Canarias (en Agüimes, Gran Canaria). La compañía trabaja ahora en la construcción de un nuevo almacén de más de 30.000 metros cuadrados en Sagunto (Valencia) y otro de más de 40.000 metros cuadrados en Miranda de Ebro (Burgos), con el objetivo de apoyar el surtimiento de sus tiendas en la zona del arco mediterráneo y en el norte del país.

Actualmente, cuenta con más de 170.000 m2 de superficie logística, que representan un aumento del 45% respecto a 2020. En concreto, y durante los últimos dos años, la compañía ha añadido más de 53.000 metros cuadrados en España.

CONTESTE A LAS SIGUIENTES PREGUNTAS:

- a.- Defina desde el punto de vista económico los siguientes conceptos: cadena, surtido, plantilla y cuota de mercado.
- b.- La dimensión de la empresa y vías de crecimiento.
- c.- Identifique en el texto y explique las principales estrategias de expansión y crecimiento de los supermercados Aldi en España.

OPCIÓN B

1ª PARTE – PREGUNTAS DE TEST

1. En la empresa, la organización formal:
 - a.- Ha sido determinada por la dirección.
 - b.- Forma grupos entre personas que tienen una relación, en la mayoría de los casos, de amistad.
 - c.- Da lugar a la aparición de líderes.
2. ¿Cómo se denomina la función empresarial que tiene por finalidad diseñar una estructura que defina las funciones que debe realizar cada persona dentro de la organización?:
 - a.- Control.
 - b.- Organización.
 - c.- Planificación.
3. Uno de los factores que influyen en la localización de una empresa es:
 - a.- La disponibilidad de suelo.
 - b.- El organigrama formal.
 - c.- El organigrama informal de la empresa.

4. Las empresas con localización internacional se denominan:
 - a.- Multinacionales.
 - b.- *Holding*.
 - c.- *Cartel*.

5. El VAN o valor actual neto es:
 - a.- Un método estático de selección de inversiones.
 - b.- Un método dinámico de selección de inversiones.
 - c.- No es un método de selección de inversiones.

6. Una de las ventajas de las pequeñas empresas es:
 - a.- Ser más flexibles y adaptables.
 - b.- Tener mejor nivel tecnológico.
 - c.- Tener mejores posibilidades de financiación.

7. Si una empresa alcanza el punto muerto con 7.000 unidades de producto vendidas, en esa cantidad:
 - a.- Se alcanza el volumen óptimo de pedido.
 - b.- Los ingresos de la empresa se igualan a los costes totales.
 - c.- El activo es igual al pasivo.

8. Forma parte de las cuentas anuales de una empresa:
 - a.- El libro diario.
 - b.- El libro registro de socios.
 - c.- La memoria.

9. Según el análisis DAFO, los factores externos son:
 - a.- Oportunidades y amenazas.
 - b.- Fortalezas y debilidades.
 - c.- Fortalezas y amenazas.

10. Si una empresa segmenta a sus clientes por la edad, está utilizando un criterio:
 - a.- Geográfico.
 - b.- Demográfico.
 - c.- Socioeconómico.

11. Una empresa del sector terciario se caracteriza porque su actividad principal es:
 - a.- La transformación de bienes.
 - b.- La prestación de servicios.
 - c.- La comercialización de energía.

12. Son inputs de la empresa:
 - a.- El servicio prestado a los clientes.
 - b.- Los productos obtenidos por la empresa tras el proceso de fabricación.
 - c.- Las materias primas.

13. Las materias primas con las que se fabrica un producto son un coste:
 - a.- Fijo.
 - b.- Variable.
 - c.- Indirecto.

14. En agosto de 2022, la cadena de supermercados Alcampo ha adquirido 235 tiendas a la cadena de distribución DIA. Alcampo ha utilizado una estrategia de crecimiento por:
- Integración vertical.
 - Integración horizontal.
 - Outsourcing*.
15. Un accionista de una sociedad anónima, tiene derecho a:
- El reparto de dividendos.
 - Un salario.
 - Un despacho profesional.
16. El patrimonio neto de la empresa se calcula como:
- Activo menos pasivo.
 - Activo más pasivo.
 - Bienes y derechos de la empresa.

2ª PARTE – EJERCICIO PRÁCTICO

La panadería *PanesCastellanoLeoneses* presenta a final de año los siguientes elementos patrimoniales, en orden alfabético (importes en euros):

Beneficios obtenidos en el ejercicio 800; Clientes facturas sin cobrar 2.050; Deudas con proveedores 680; Efectivo en caja y banco 8.200; Existencias 460; Furgoneta 10.200; Hornos para la producción de pan 5.500; Préstamos con entidades financieras con vencimiento a 3 años 8.250; Resultados positivos acumulados de años anteriores 1.200.

SE PIDE:

- Colocar los elementos según la estructura del balance (en masas patrimoniales)
- Calcular el capital.
- Determinar el fondo de maniobra y explicar su significado en términos del equilibrio/desequilibrio en que se encuentra la empresa.

3ª PARTE – COMENTARIO DE TEXTO

Aires de Jaén, la empresa familiar que lleva el aceite español a medio mundo

El independiente, 24 de enero de 2023

Pese a la compleja situación internacional, el comercio exterior sigue siendo una de las principales fortalezas de la economía española, y el aceite de oliva uno de sus sectores más importantes. España es líder mundial en superficie cultivada, producción y exportación. Más de 350.000 agricultores, según datos del Ministerio de Agricultura, se dedican al cultivo del olivar. Además, un moderno ecosistema empresarial de **cooperativas** y pequeñas y medianas empresas garantiza la calidad y la competitividad del producto. Negocios de tradición familiar y ubicados en el entorno rural que han apostado por la tecnología y la internacionalización para crecer y contribuir al desarrollo de los pueblos y comarcas donde están ubicados. Uno de ellos es Aires de Jaén.

Delimitadas por un amplio meandro del Guadalquivir, entre las localidades de Mengíbar y Jabalquinto, se ubican la finca y las instalaciones de esta empresa jienense, una de las principales exportadoras de aceite de Andalucía. De los nueve millones de litros que produce al año, dedica aproximadamente cuatro millones a la **exportación**. «Hacerse hueco en el **mercado** nacional no

es fácil, pero fuera de nuestras fronteras hay mucho camino por recorrer y mucha cultura que difundir respecto al aceite de oliva virgen extra», explica Rosa López, directora general de la compañía.

Cuatro generaciones de olivares

Matías López, abuelo de Rosa, puso a mediados de los años 60 la primera piedra de un negocio que en 2010 se transformó para ser la empresa que es hoy, con más de 30 trabajadores y volcada en la exportación. Sus productos llegan a más de cincuenta países de los cinco continentes. José Manuel López, hijo de Rosa y cuarta generación de esta familia de olivares, es uno de los responsables del departamento de Exportación de Aires de Jaén. «Me formé en Madrid, pero siempre tuve claro que quería volver a casa. Muchos amigos han apostado como yo por el entorno rural, y se lo recomiendo a cualquier joven que tenga la oportunidad de hacerlo», afirma.

Su tío Matías, que desempeña junto a su hermana Rosa la **dirección** de la compañía, insiste en la importancia de empresas como la suya para asegurar la prosperidad del campo y combatir el éxodo rural. «Industrias de este tipo, ubicadas en estos entornos, fijan población y ponen de manifiesto que existen otras alternativas, muy válidas, para el desarrollo de las personas».

[...]

CONTESTE A LAS SIGUIENTES PREGUNTAS:

- a.- Defina desde el punto de vista económico los siguientes conceptos: cooperativas, exportación, mercado y dirección.
- b.- La internacionalización de la empresa. Empresas multinacionales.
- c.- Identifique en el texto y explique qué beneficios tiene para el medio rural la internacionalización y la apuesta por la tecnología de las empresas que se dedican al cultivo del olivar.