

	<p align="center"><b>Pruebas de Acceso a enseñanzas universitarias oficiales de grado</b> Castilla y León</p>	<p align="center"><b>ECONOMÍA DE LA EMPRESA</b></p>	<p align="center"><b>EJERCICIO</b>  Nº Páginas: 7</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.- Las "acciones" en las sociedades anónimas pueden ser definidas como:
  - a.- Las partes alícuotas en las que se divide el capital.
  - b.- El importe de los beneficios distribuidos a los socios en un ejercicio.
  - c.- Las decisiones que toma el equipo directivo.
  
- 2.- Una empresa individual es:
  - a.- Un tipo de sociedad anónima formada por un único socio.
  - b.- Una empresa propiedad de una sola persona que recibe todos los beneficios y soporta todos los riesgos.
  - c.- Una empresa con personalidad jurídica propia con la propiedad dividida en acciones.
  
- 3.- Las empresas con localización internacional se denominan:
  - a.- Multinacionales.
  - b.-  *Holding*.
  - c.-  *Cartel*.
  
- 4.- La experimentación comercial es:
  - a.- Un estilo de dirección empleado en las empresas.
  - b.- Una clase de fuente de información empleada en los estudios de mercado.
  - c.- Una forma de estructura organizativa.

- 5.- Las fuentes de financiación ajenas de una empresa están constituidas por:
- Los préstamos y créditos a corto plazo.
  - Las deudas con terceros a las que tiene que hacer frente la empresa.
  - Las reservas y los beneficios no distribuidos.
- 6.- Al finalizar el contrato de las operaciones de Leasing:
- El arrendatario tiene la opción de comprar el bien.
  - El arrendatario debe comprar el bien.
  - La sociedad de Leasing tiene libertad para vender el bien a quien quiera.
- 7.- De las siguientes operaciones cuál **no** es un gasto de la empresa:
- La compra de bienes y servicios por parte de la empresa.
  - Los sueldos y salarios del personal.
  - La devolución de un préstamo al banco.
- 8.- Los costes variables son aquellos que:
- Se imputan directamente al bien producido.
  - Dependen del volumen de producción.
  - Son independientes del volumen de producción.
- 9.- Dividir el mercado en subgrupos homogéneos con el fin de realizar estrategias comerciales diferenciadas, es:
- Investigar el mercado.
  - Segmentar el mercado.
  - Diferenciar el producto.
- 10.- Los mayoristas son intermediarios comerciales que:
- Compran en grandes cantidades para vender a otros intermediarios.
  - Compran al fabricante para venderlo al consumidor final.
  - Fabrican grandes cantidades de productos.
- 11.- El organigrama representa:
- El grado de especialización o ampliación de los puestos de trabajo.
  - Las relaciones jerárquicas entre los integrantes de la organización.
  - La comunicación formal e informal que se produce en la organización.
- 12.- De las siguientes afirmaciones cuál representa una ventaja de las Pymes:
- Pueden utilizar publicidad para vender más.
  - Acceso a todas las fuentes de financiación.
  - Flexibilidad de adaptación en procesos productivos.
- 13.- La función de distribución incluye decisiones y actividades relativas:
- A la selección de proveedores más cercanos.
  - A la selección de productores más cercanos.
  - A la selección de la forma de llevar los productos al cliente.
- 14.- En un mercado de competencia perfecta:
- Existen pocos oferentes.
  - Hay limitaciones a la entrada y salida.
  - La información es transparente.

15.- Indique cuál de las siguientes puede considerarse una actividad perteneciente a la función comercial de la empresa:

- a.- La producción.
- b.- La selección de proyectos de inversión.
- c.- La realización de estudios de mercado.

16.- Los productos pueden clasificarse en:

- a.- Estáticos o dinámicos.
- b.- Elásticos o rígidos.
- c.- De consumo final o industrial.

## 2ª PARTE – EJERCICIO PRÁCTICO

Dados los siguientes elementos patrimoniales de una empresa industrial, y su valor en unidades monetarias:

Maquinaria, 160; fondo de comercio, 5; proveedores, 174; clientes, 375; banco, euros, 2; propiedad industrial, 2; resultado del ejercicio (ganancias), 60; deudas a largo plazo, 202; reservas, 575; elementos de transporte, 25; existencias, 241; deudas a corto plazo, 166; construcciones, 400; y capital, ¿?

SE PIDE:

- a.- Elaborar un balance de situación agrupando los elementos en las siguientes masas patrimoniales: activo no corriente, activo corriente, patrimonio neto, pasivo no corriente y pasivo corriente, distinguiendo además existencias, deudores comerciales y disponible donde proceda.
- b.- Calcular la cuantía del capital.
- c.- Decir en cuál de las posiciones de equilibrio-desequilibrio patrimonial se halla la empresa y su significado.

## 3ª PARTE – COMENTARIO DE TEXTO

**La actividad comercial mejora en la zona euro, sin embargo se contrae en España.**

Expansion.com, 6-1-2010.

Las condiciones de la actividad comercial en España volvieron a empeorar en diciembre al ritmo más fuerte en cinco meses, y tanto los nuevos pedidos como el empleo disminuyeron de nuevo, según el índice PMI elaborado por Markit Economics. Lo paradójico es que en la eurozona este indicador marcó máximos de 25 meses.

El PMI, que se basa en una pregunta a las empresas sobre su nivel de actividad real a mediados de mes comparado con el mes anterior, se situó en diciembre en 45 puntos frente a los 46,1 registrados en noviembre.

Según este índice, la actividad comercial en España ha registrado una contracción ininterrumpida durante los últimos dos años y el empleo ha caído desde marzo de 2008, especialmente en el sector de los Hoteles y Restaurantes.

De los países de la zona euro que cubre el estudio, España fue el único que en diciembre registró una disminución más fuerte de la actividad respecto a noviembre. En el último mes del año, además, los precios cobrados se redujeron fuertemente a pesar de que los costes aumentaron por quinto mes consecutivo.

En España sólo el sector de Correos y Telecomunicaciones aumentó su actividad en diciembre, mientras que los otros cinco sectores que cubre el estudio la redujeron,

especialmente el sector de Hoteles y Restaurantes, debido al exceso de oferta. Como consecuencia de la menor demanda, los pedidos de las empresas disminuyeron por vigésimo séptimo mes consecutivo y a un ritmo "importante".

En cuanto a los costes de las empresas del sector servicios, aumentaron por quinto mes consecutivo ya que el fuerte control de gastos no pudo impedir un pequeño aumento de los precios medios, especialmente por la subida de los salarios.

A pesar de dicho aumento en los costes, las empresas tuvieron que recortar los precios y no pudieron trasladar los costes a sus clientes por la contracción de la demanda y la competencia. Así, los precios cobrados han disminuido ininterrumpidamente desde agosto de 2008.

No obstante, y aunque permaneció más débil que la media a largo plazo de la serie, el grado de optimismo registrado en diciembre fue el más alto en cuatro meses. Según el estudio, las empresas del sector siguen confiando en que la actividad comercial aumentará durante este año y algunas de ellas prevén que la economía española empezará a recuperarse en 2010.

**CONTESTE A LAS SIGUIENTES PREGUNTAS:**

- a.- Defina los siguientes conceptos: precio, pedidos, sector servicios, demanda.
- b.- Los costes de producción: clasificación y cálculo.
- c.- De acuerdo con el texto, comente por qué no influye la evolución de los costes en la política de precios de la empresa.

## **OPCIÓN B**

### **1ª PARTE – PREGUNTAS DE TEST**

- 1.- Los títulos representativos del capital social de una sociedad limitada se denominan:
  - a.- Participaciones.
  - b.- Obligaciones.
  - c.- Acciones.
  
- 2.- Para escoger un lugar adecuado donde implantar la empresa hay que tener en cuenta:
  - a.- La demanda del mercado y el mercado de trabajo.
  - b.- El marketing mix de las empresas.
  - c.- La estrategia de inversión y financiación.
  
- 3.- Desde el punto de vista legal, son libros obligatorios para las sociedades mercantiles:
  - a.- Diario, Inventarios y Cuentas Anuales.
  - b.- Inventario, Mayor y Actas.
  - c.- Balance, Cuentas de Pérdidas y Ganancias y Memoria.
  
- 4.- Un empréstito se define como:
  - a.- Una fuente de financiación ajena dividida en partes alícuotas llamadas obligaciones.
  - b.- Un préstamo que hace el empresario a la empresa.
  - c.- Un préstamo bancario.
  
- 5.- Se puede definir el flujo de caja como:
  - a.- El beneficio que produce una inversión.
  - b.- La diferencia entre los cobros y pagos generados por una inversión determinada en un momento.
  - c.- La diferencia entre los ingresos y gastos generados por una inversión determinada en un momento.
  
- 6.- Al tiempo necesario para recuperar una inversión con los flujos obtenidos se le denomina:
  - a.- Plazo de Recuperación.
  - b.- TIR.
  - c.- Período de capitalización.
  
- 7.- Las variables de marketing-mix son:
  - a.- Publicidad, Promoción y Distribución.
  - b.- Producto, Precio, Promoción y Distribución.
  - c.- Investigación y Segmentación de mercados.
  
- 8.- Las etapas que definen el concepto de ciclo de vida de un producto son:
  - a.- Introducción, crecimiento, madurez y declive.
  - b.- Introducción, crecimiento y declive.
  - c.- Introducción, decadencia y crisis.
  
- 9.- De las siguientes afirmaciones cuál representa una ventaja de las Pymes:
  - a.- Servicio muy directo al cliente.
  - b.- Pueden conseguir economías de escala en producción.
  - c.- Carencia de infraestructura en el exterior.

- 10.- La rentabilidad financiera relaciona:
- a.- Beneficios obtenidos frente a patrimonio neto.
  - b.- Beneficios obtenidos frente a activo total.
  - c.- Beneficios obtenidos frente a pasivo menos capitales propios.
- 11.- Seur es una empresa del sector:
- a.- Primario.
  - b.- Secundario
  - c.- Terciario.
- 12.- La estructura basada en la autoridad directa del jefe sobre los subordinados se denomina:
- a.- Estructura de Staff.
  - b.- Estructura jerárquica.
  - c.- Estructura matricial.
- 13.- El período medio de maduración es:
- a.- Duración media del ciclo de explotación.
  - b.- Duración media del ciclo de capital.
  - c.- Suma de las duraciones medias de los ciclos de explotación y de capital.
- 14.- Las reservas son recursos financieros:
- a.- Externos.
  - b.- Internos y ajenos.
  - c.- Internos y propios.
- 15.- Si una empresa tiene un fondo de maniobra negativo, cuál de las siguientes medidas podría tomar para mejorarlo:
- a.- Incrementar el período de cobro a clientes.
  - b.- Reducir el precio de los productos para vender más.
  - c.- Negociar las deudas de corto plazo para transformarlas en deudas de largo plazo.
- 16.- La ecuación fundamental del patrimonio se expresa como:
- a.-  $\text{Neto} = \text{Activo} + \text{Pasivo}$ .
  - b.-  $\text{Activo} = \text{Pasivo} + \text{Neto}$ .
  - c.-  $\text{Pasivo} = \text{Neto} - \text{Activo}$ .

## 2ª PARTE – EJERCICIO PRÁCTICO

Una empresa comercial de regalos de empresa quiere incluir en su catálogo un nuevo modelo de bolígrafo grabado con el logo del cliente. La empresa proveedora le cobra 3€ por bolígrafo y 0,5€ por el grabado de cada bolígrafo. Los costes fijos que corresponden a este nuevo producto son 1.218 € al año y el coste variable de la gestión de pedidos, almacén y ventas asciende a 0,05€ por bolígrafo. La empresa considera que el precio de venta adecuado es de 5€. Las ventas anuales se estiman en 500 unidades.

SE PIDE:

- a.- Calcule el punto muerto y razone su significado.
- b.- Representétele gráficamente.
- c.- Calcule el resultado suponiendo que la estimación de ventas fuera acertada.

**Orange reduce un 63% su emisión de CO2 con bolsas ecológicas**

Cincodias.com, 22/03/2010.

La compañía Orange ha dado este mes de marzo un nuevo paso en su objetivo de concienciación medioambiental. La empresa de telecomunicaciones ha sustituido, en los 1.700 puntos de venta de la marca en España, las bolsas de polietileno habituales por otras de material ecooop, que usa residuos de plástico transformados en materia prima nueva.

Las tiendas de Orange distribuyen 2,5 millones de bolsas al año, con una emisión de 132 toneladas de CO2 usando como material el polietileno virgen. Con las nuevas bolsas se emitirán al año 49 toneladas, es decir, 83 toneladas menos. Esto implica una reducción de un 63% de la emisión de gases de CO2 a la atmósfera por este concepto.

"España es el primer país, de todos en los que está presente el grupo, que implanta este tipo de iniciativa que no tiene ningún tipo de coste para los clientes", desvela Jesús Guijarro, director de Responsabilidad Social Corporativa de Orange España.

Sobre la respuesta de los clientes, Guijarro considera que este tipo de iniciativas son muy bien recibidas. "Como compañía queremos reducir nuestra huella medioambiental y también pretendemos que lo hagan nuestros usuarios". A su juicio, antes no había conciencia de este tipo, "pero ahora los clientes se preocupan cada vez más por este tipo de cosas".

Orange España dispone de otras medidas de lucha contra el cambio climático tomadas en los últimos tiempos. Es el caso de las facturas *online*, para un uso responsable de los recursos y el ahorro de papel. "Nuestros clientes han respondido muy bien a esta iniciativa", dice Guijarro. Asimismo, la empresa utiliza papel certificado FSC, en concreto, un 40% del papel comprado. Este certificado está promovido por el Forest Stewardship Council, que asegura que los bosques se gestionan de manera responsable y que los productos que se obtienen como el papel mantienen la trazabilidad.

Política medioambiental. La operadora tiene implantadas, igualmente, el sistema *eco-rating*, consistente en la medición del impacto medioambiental de los terminales fijos y móviles que comercializa. También, un consumo responsable de energía en las oficinas, que se ha traducido en una reducción del 2,5% en 2009 en gasto eléctrico frente al año anterior, y la instalación de un sistema natural de enfriamiento de equipos, entre otros puntos.

**CONTESTE A LAS SIGUIENTES PREGUNTAS:**

- a.- Defina los siguientes conceptos: usuario, consumo, materia prima, coste.
- b.- La responsabilidad social y medioambiental.
- c.- Identifique en el texto las medidas de responsabilidad social y medioambiental que adopta la empresa.