



EVALUACIÓN DE BACHILLERATO PARA EL ACCESO A LA UNIVERSIDAD

LOMCE – JULIO 2021

ECONOMÍA

INDICACIONES

- Se tienen que seleccionar TRES ejercicios de los CINCO propuestos. Se debe elegir la opción A o B de cada ejercicio seleccionado, y responder a dicha opción completa.
- Cada uno de los ejercicios seleccionados, con la opción elegida, tendrá el mismo peso en la calificación final del examen.
- La calificación de la prueba será el resultado de la puntuación obtenida de los tres ejercicios realizados dividida entre 0,75 puntos.
- Si contesta más preguntas de las necesarias para realizar este examen, solo se corregirán las primeras, según el orden en que aparezcan resueltas en el cuadernillo de examen.
- Si algún ejercicio que ha respondido no desea que se considere para su corrección, deberá tacharlo claramente.

Ejercicio 1 [2,5 PUNTOS] (Elija la opción A o B)

Opción A

La empresa A1 debe decidir entre dos proyectos de inversión (A y B), ambos a un plazo de 3 años y cuyos datos (en miles de euros) son los siguientes:

- a) Proyecto A: Inversión inicial de 2.500 miles de € Flujo neto de caja del año 1, 500 miles de € Flujo neto de caja del año 2, 1.000 miles de € Flujo neto de caja del año 3, 1.500 miles de €
- b) Proyecto B: Inversión inicial de 3.000 miles de € Flujo neto de caja del año 1, 1.500 miles de € Flujo neto de caja del año 2, 1.700 miles de € Flujo neto de caja del año 3, 1.500 miles de €

El tipo de interés (o tasa media de coste de capital) para todos los años que duran las inversiones es del 4% anual.

SE PIDE:

1. [1,25 PUNTOS] Evalúe si son factibles tales alternativas de inversión y, si es el caso, indique justificadamente aquella que es preferible.
2. [1,25 PUNTOS] Calcule cuál debería ser el desembolso máximo inicial de un tercer proyecto de inversión, con un único flujo neto de caja al final de tercer año de 2.000 miles de €, para que al evaluarlo junto a los otros dos proyectos, el proyecto C fuese el preferible. Explique su respuesta.

Opción B

La empresa A2 se plantea tres opciones de inversión, las dos primeras a un plazo de tres años y la tercera a un plazo de dos años. La tasa media de coste de capital para todos los años que duran las inversiones es del 5 % anual. Los importes asociados a cada proyecto son los siguientes (datos en euros):

Proyecto 1.- Desembolso inicial, 200.000 € Flujo neto de caja al final del primer año, 50.000 € Flujo neto de caja al final del segundo año, 100.000 € Flujo neto de caja al final del tercer año, 200.000 €

Proyecto 2.- Desembolso inicial, 300.000 € Flujo neto de caja al final del primer año, 40.000 € Flujo neto de caja al final del segundo año, 80.000 € Flujo neto de caja al final del tercer año, 140.000 €

Proyecto 3.- Desembolso inicial, 400.000 € Flujo neto de caja al final del primer año, 200.000 € Flujo neto de caja al final del segundo año, 600.000 €

SE PIDE:

1. [1,25 PUNTOS] Evalúe la viabilidad de los tres proyectos de inversión y, si es el caso, indique justificadamente aquel que es preferible.
2. [1,25 PUNTOS] Si el tipo de interés considerado en la actualización aumenta un punto hasta situarse en el 6 % anual, ¿cómo cambiaría el análisis realizado en el apartado anterior? Explique su respuesta.

Ejercicio 2 [2,5 PUNTOS] (Elija la opción A o B)

Opción A

La empresa de autobuses B1 se dedica al transporte de viajeros entre Santander y Lisboa ofreciendo viajes de fin de semana con alojamiento por un precio unitario de 500 €. Para el periodo T los costes fijos anuales ascienden a 2.250.000 € y el coste variable unitario es de 375 €/unidad.

SE PIDE:

- [1,25 PUNTOS] Determine e interprete el punto muerto (o umbral de rentabilidad) de la empresa en el periodo T.
- [1,25 PUNTOS] Si en T, la capacidad máxima es de 40.000 viajeros y la ocupación real es un 50 % de dicha capacidad máxima, ¿qué resultado obtendría? Si, en T+1, se reducen los costes fijos un 20 % y el coste variable unitario es de 350 €, ¿cómo cambiaría la situación en T+1 respecto a la observada en T? Explique sus respuestas.

Opción B

La empresa B2 se dedica a la venta de un determinado modelo de camisetas unisex que compra directamente del fabricante. La estructura de costes de esta empresa queda definida por un volumen anual de costes fijos de 50.000 € y un coste variable unitario de 3 €/un. Este año se vendieron 5.000 camisetas a un precio de venta unitario de 20 €.

SE PIDE:

- [1,25 PUNTOS] Punto muerto (o umbral de rentabilidad): Determinación e interpretación.
- [1,25 PUNTOS] Para el próximo año, como consecuencia de determinadas circunstancias, los costes fijos se incrementarán un 10 % y se prevé que las ventas descendan un 20 %. ¿Cómo cambiará la situación en el próximo año respecto a la del presente año? Interprete los resultados obtenidos.

Ejercicio 3 [2,5 PUNTOS] (Elija la opción A o B)

Opción A

La empresa C1 presenta los siguientes saldos (datos en euros) en sus cuentas del Balance al cierre del ejercicio 2020:

Cuenta de balance	Ejercicio 2020
Deudas a largo plazo con entidades de crédito	42.000
Amortización acumulada del inmovilizado inmaterial	4.000
Mobiliario	90.000
Mercaderías	9.250
Caja	2.000
Reservas	10.000
Amortización acumulada del inmovilizado material	36.000
Proveedores	20.000
Equipos para proceso de información	50.000
Aplicaciones informáticas	18.000
Banco cuenta corriente	35.000
Clientes	6.750
Capital Social	70.000
Acreedores diversos a corto plazo	4.000
Deudas a corto plazo con entidades de crédito	5.000
Resultado neto del ejercicio	Determinar

SE PIDE:

- [1,25 PUNTOS] Construir el Balance identificando sus masas patrimoniales y determinar el importe de Resultado neto del ejercicio 2020.
- [1,25 PUNTOS] Análisis de la liquidez, de la solvencia y del endeudamiento de la empresa mediante ratios, empleando para ello un mínimo de dos ratios de liquidez, uno de solvencia y uno de endeudamiento.

Opción B

La empresa C2 presenta los siguientes saldos en sus cuentas del Balance al cierre del ejercicio 2020:

Elementos de transporte, 300.000 € Deudas a largo plazo con entidades de crédito, 500.000 € Amortización acumulada del inmovilizado material, 225.000 € Reservas, 350.000 € Equipo para proceso de información, 425.000 € Mercaderías, 25.000 € Otros acreedores a corto plazo, 15.000 € Resultado del ejercicio, 125.000 € Aplicaciones informáticas, 75.000 € Otros deudores a corto plazo, 50.000 € Instalaciones técnicas, 375.000 € Amortización acumulada del inmovilizado intangible, 15.000 € Deudas a corto plazo con entidades de crédito, 25.000 € Clientes, 75.000 € Proveedores, 60.000 € Capital Social, 250.000 € Banco cuenta corriente, determinar.

En relación con el Resultado del ejercicio 2020 se sabe que:

Beneficio antes de intereses e Impuestos (BAII)	225.000 €
– intereses (gastos financieros)	–40.000 €
= Beneficio antes de impuestos (BAI)	185.000 €
– Impuestos sobre beneficio	–60.000 €
= Beneficio Neto (BN)	125.000 €

SE PIDE:

1. [1,25 PUNTOS] Construir el Balance identificando sus masas patrimoniales.
2. [1,25 PUNTOS] Analizar la situación económica de la empresa a través de ratios: Ratio de rentabilidad económica y ratio de rentabilidad financiera.

Ejercicio 4 [2,5 PUNTOS] (Elija la opción A o B)

Opción A

– *El caso de Amazon* (Texto elaborado a partir de artículos publicados sobre Amazon en 2019)

Desde su salida a bolsa en 1997, la acción ha subido un modesto 8 %. El 2018 fue otro año de resultados récord: Amazon vendió un 19.7 % más que el año anterior. En el 2019 se estima que sus clientes comprarán 484 mil millones de dólares, a nivel mundial (incluyendo su market place), lo que supone otro crecimiento del 26 %. Hoy casi todos estamos asombrados por su liderazgo, que lleva al análisis de los elementos en que se basa su espectacular crecimiento.

Algunos expertos señalan como un elemento clave su estructura organizativa funcional en la que los empleados están organizados por departamentos y áreas como finanzas, marketing, ventas etc. lo que permite a la empresa generar muchas sinergias entre empleados y ser muy competitiva en un entorno estable en la que son líderes y con mucha diferencia. Esto hace que la empresa sea muy eficiente a cambio de sacrificar cierta autonomía por parte de los trabajadores.

Asimismo, se destacan ciertas medidas que son clave para mantener su liderazgo porque están en línea con su visión: tener la selección más grande del mundo y ser la compañía más centrada en el cliente del mundo. Entre tales medidas cabe destacar: (a) su servicio prime como base fundamental (con 100 millones de suscriptores, es el programa de lealtad más exitoso de todos los tiempos), (b) tecnología para las pequeñas cosas (ofrece un servicio diseñado específicamente para la pequeña empresa, para potenciar a los emprendedores y ayudar a las startups), (c) entrega a domicilio y logística de la cadena de suministro (busca constantemente formas de integrar la tecnología en la logística de terceros y con las empresas de transporte, ejerciendo así una tremenda presión en las cadenas de suministro de todo el sector, estableciendo las más altas expectativas en la mente del consumidor. Como ejemplo tenemos las entregas inmediatas o en domingo), (d) expansión geográfica (sus ventas internacionales hoy representan el 40 % del total. Amazon se enfoca en la globalización de su marca Marketplace y va a invertir miles de millones de dólares durante la próxima década para llevar su modelo de precios bajos, amplia selección y entrega rápida a los mercados clave) y (e) adquisiciones de varias prometedoras startups digitales, como Ring o PillPack.

SE PIDE:

1. [1,25 PUNTOS] ¿Qué modelo de estructura organizativa es el que ha adoptado Amazon? Explique sus principales características considerando lo apuntado en el texto.
2. [1,25 PUNTOS] Explique los rasgos principales de la estrategia de marketing que está practicando Amazon.

Opción B

– *El caso de Google* (Texto elaborado a partir de artículos publicados sobre la compañía de 2019)

Google se ha convertido en una de las compañías más valiosas del mundo. En pocos años pasó de ser una pequeña startup en un garaje californiano a un negocio global con infinidad de servicios distintos. Por lo que respecta a su estructura organizativa, existen diferentes divisiones por productos, esto es, en función de la línea de negocio (Gmail, Google Maps...). Asimismo, mantiene una cierta estructura descentralizada en la que los empleados cuentan con mucha autonomía y poder de decisión, y además están muy orientados a resultados; se trata de equipos pequeños para crear productos con un tiempo límite.

Una de las principales razones para su éxito, es una mezcla comercial (o marketing mix) adecuada y una buena estrategia de marketing que le ayudó a diversificar su negocio. Respecto a dicha mezcla comercial o las 4 P del marketing de Google: (1) Google utiliza el desarrollo de productos como una estrategia de crecimiento importante. Gracias a un sólido equipo de desarrollo de productos, Google sigue desarrollando nuevos productos para expandir y diversificar su negocio. Entre sus principales productos: Motor de búsqueda, Google AdSense, YouTube, Google Pixel. (2) Hay diferentes estrategias de precios que Google utiliza para sus productos, que dependen de los productos que se ofrecen a los clientes y del nivel de competencia presente en el mercado (precios free-mium = gratis + precios premium, precios basados en el mercado, precios basados en el valor, precios de penetración). (3) Al ser una empresa de internet, el lugar juega un papel importante en la mezcla de marketing de Google. Dado que Google ofrece una combinación de soluciones basadas en la web y productos de hardware, utiliza canales en línea y fuera de línea para promocionar sus productos y dar a conocer a los usuarios. (4) La presencia global de Google, su popularidad y su dominio, significan que la compañía no tiene que poner mucha potencia de fuego para la promoción de sus productos.

Otras razones que se aceptan como clave de su éxito, son, además de su capacidad para diversificar e inventar, su permanente innovación, la compra de otras empresas (DoubleClick, Motorola...), un sistema de publicidad original y asequible, la proyección de una imagen cercana y poco amenazadora; y una asombrosa capacidad para leer el futuro.

SE PIDE:

1. [1,25 PUNTOS] Explique el modelo de estructura organizativa de Google que se apunta en el texto.
2. [1,25 PUNTOS] Explique en qué consisten las 4 P del marketing mix y comente su desarrollo en Google.

Ejercicio 5 [2,5 PUNTOS] (Elija la opción A o B)

Opción A. Responda a las siguientes cuestiones:

1. [1,25 PUNTOS] Sociedad Anónima y Sociedad Limitada: explique comparativamente los requisitos de constitución y cómo responden ante las deudas con terceras personas.
2. [1,25 PUNTOS] Explique en qué consiste la estrategia de diversificación y diferencie entre diversificación vertical y diversificación horizontal.

Opción B. Responda a las siguientes cuestiones:

1. [1,25 PUNTOS] Enumere las formas jurídicas que puede adoptar una empresa en España e indique sus diferencias según cómo responden ante las deudas con terceras personas y el capital mínimo para su creación.
2. [1,25 PUNTOS] Explique las dos formas básicas en que puede crecer una empresa: crecimiento interno y crecimiento externo.