

	<p align="center">Pruebas de acceso a enseñanzas universitarias oficiales de grado Castilla y León</p>	<p align="center">ECONOMÍA DE LA EMPRESA</p>	<p align="center">EJERCICIO 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.- En un mercado de competencia perfecta:
 - a.- Existen barreras de entrada y salida al mercado.
 - b.- Existen muchos oferentes y pocos demandantes.
 - c.- El producto es homogéneo.

- 2.- Las empresas públicas:
 - a.- Son aquellas que ofrecen servicios gratuitos.
 - b.- Son aquellas cuyo capital y control pertenece al Estado, Comunidades Autónomas o ayuntamientos.
 - c.- Son aquellas que ya se han privatizado.

- 3.- Una de las ventajas de la Sociedad Anónima es:
 - a.- Que no existe capital mínimo para formarla.
 - b.- Que no hay que declarar los nombres de los dueños.
 - c.- La posibilidad de poder vender las acciones y recuperar la inversión.

- 4.- Uno de los inconvenientes de las multinacionales es:
 - a.- La escasez de recursos.
 - b.- La escasa capacidad para adaptarse con rapidez.
 - c.- La ausencia de economías de escala.

- 5.- En un monopolio de demanda:
 - a.- Hay un único comprador y muchos vendedores.
 - b.- Hay muchos compradores y muchos vendedores.
 - c.- Hay muchos compradores y un solo vendedor.

- 6.- Es una fuente interna de reclutamiento de personal:
 - a.- Los anuncios en prensa.
 - b.- Las empresas competidoras.
 - c.- La promoción o el ascenso en la jerarquía

- 7.- La existencia de una escala de mando en la que queda claramente delimitado quién es la persona que ejerce la autoridad por encima y sobre quién se ejerce hacia abajo corresponde al principio de:
 - a.- Orden.
 - b.- Subordinación del interés particular al interés general.
 - c.- Jerarquía.

- 8.- El beneficio que se deja de percibir en una inversión alternativa, se denomina:
 - a.- Coste de oportunidad.
 - b.- Coste oculto.
 - c.- Beneficio no percibido.

- 9.- Si dos empresas tienen el mismo volumen de producción en un año determinado:
 - a.- Las dos son igual de productivas.
 - b.- Será más productiva la que lo consigue con menores costes.
 - c.- Dependerá del número de clientes a los que venda.

- 10.- El coste del azúcar en una empresa de repostería supone:
 - a.- Un coste fijo y un coste directo.
 - b.- Un coste fijo y un coste indirecto.
 - c.- Un coste variable y un coste directo.

- 11.- La cuota de mercado de una empresa aumenta siempre que:
 - a.- Aumentas sus ventas.
 - b.- Aumentan las ventas de las empresas competidoras.
 - c.- Disminuyen las ventas de la empresa en menor medida que las ventas de la competencia.

- 12.- En una investigación de mercados se ha estudiado solo a una parte representativa de la población relacionada con el tema clave. Esto implica que:
 - a.- La investigación resultará incompleta.
 - b.- Se ha utilizado una muestra.
 - c.- Se ha realizado una segmentación de mercados.

- 13.- Un método de selección de inversiones que tiene en cuenta el efecto del tiempo sobre los flujos de caja es un método:
 - a.- Dinámico.
 - b.- Estático.
 - c.- Secundario.

- 14.- Si la tasa interna de retorno (TIR) de un proyecto de inversión es del 10%, el valor actual neto (VAN) de ese proyecto para un coste de capital del 11% será:
- a.- Negativo.
 - b.- Positivo.
 - c.- Igual a cero.
- 15.- ¿Qué diferencia existe entre los conceptos de producto terminado y existencia?
- a.- Los productos terminados son un tipo de existencia.
 - b.- Las existencias son un tipo de producto terminado.
 - c.- Un producto terminado no entra dentro de la categoría de existencia.
- 16.- En el Balance de una empresa, la partida Clientes recoge:
- a.- El importe total de las ventas de un período.
 - b.- Las ventas medias por cliente.
 - c.- El importe que deben los clientes a la empresa.

2ª PARTE – EJERCICIO PRÁCTICO

Una joyería ha calculado que vende anualmente 1000 pares de pendientes de oro. Gestionar un pedido tiene unos costes de 500 euros. Si el coste de mantener un par de pendientes almacenado durante un año es de 100 euros, y la empresa trabaja 250 días al año

SE PIDE:

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

3ª PARTE – COMENTARIO DE TEXTO

2013: el año de la publicidad online

S.Moschini, *La Vanguardia*, 11-01-2013

Los hábitos cambiantes de una sociedad cada vez más informada y conectada comienzan a tener efectos concretos sobre el marketing. El año pasado, los analistas del mercado publicitario español lo constataron con un dato inédito: por primera vez la inversión publicitaria online había superado a la inversión en medios impresos (18,3% frente al 15,6% respectivamente). Esta cifra, que se desprende de un estudio del Interactive Advertising Bureau (IAB), colocaba a los medios digitales en segunda posición sólo por detrás de la televisión.

La tendencia no se limita a España. Estados Unidos experimentará un enorme crecimiento de la inversión en publicidad digital (según eMarketer, pasará de 39.500 millones de dólares en 2012 a 46.500 millones en 2013) mientras que a nivel global el incremento podría llegar al 4,1%, totalizando 518.000 millones de dólares al final del año, según Zenith Optimedia.

Detrás de los datos

Las cifras prometedoras del **mercado** publicitario de Internet no sólo reflejan el constante aumento de los hábitos de conectividad de millones de personas sino que revelan que el mundo online es cada vez más diverso. También lo son las formas de anunciar en él.

En consecuencia, es lógico esperar que más allá de estas estimaciones generales, algunas formas de publicitar se consoliden más que otras. Según datos de Forrester, por ejemplo, la publicidad en formato de video crecerá hasta triplicar su cantidad actual en 2017. Ese impulso por lo audiovisual también se verá beneficiado el aumento de las conexiones desde dispositivos móviles como tablets y smartphones, que cada vez ofrecen mejor **calidad** de definición.

Por su parte, las redes sociales serán el otro gran eje de la inversión en publicidad online en 2013. La clave de esta tendencia es la posibilidad inédita de **segmentación** que brindan las plataformas de sociabilidad, donde las marcas pueden conocer los gustos de los **consumidores** con un gran nivel de detalle.

Nuevos desafíos

A medida que el “mundo online” se hace más dinámico, el desafío de comunicar un mensaje eficaz a los consumidores también se torna más complejo. Para los anunciantes, este mayor protagonismo del universo digital abre grandes posibilidades y encierra importantes retos.

Atrapar la atención de usuarios cada vez más dispersos, apostar por contenidos en varios formatos (sobre todo en video) y conocer con precisión las preferencias de los usuarios de las redes sociales serán, sin duda, algunas de las estrategias imposibles de eludir.

CONTESTE A LAS SIGUIENTES PREGUNTAS:

- a.- Defina desde el punto de vista económico los siguientes conceptos: calidad, mercado, segmentación y consumidor.
- b.- Marketing mix: la promoción o comunicación.
- c.- Identifique en el texto las vías de publicidad *online*. Explique las principales razones del incremento de la publicidad *online*.

OPCIÓN B

1ª PARTE – PREGUNTAS DE TEST

- 1.- Una clínica dental es una sociedad de responsabilidad limitada formada por tres socios, por tanto, es una empresa:
 - a.- Del sector secundario y sus socios tienen responsabilidad ilimitada.
 - b.- Del sector terciario y sus socios tienen responsabilidad limitada al capital aportado.
 - c.- Del sector terciario y sus socios tienen responsabilidad ilimitada.
- 2.- El aumento de la tasa de inflación es un elemento:
 - a.- Del entorno general de las empresas.
 - b.- Del entorno específico de las entidades financieras.
 - c.- No forma parte del entorno de las empresas.
- 3.- Los títulos representativos del capital social de una sociedad limitada se denominan:
 - a.- Participaciones.
 - b.- Obligaciones.
 - c.- Acciones.
- 4.- Un sector muy concentrado es aquel:
 - a.- En el que muchas empresas tienen cuotas de mercado pequeñas.
 - b.- Hay poca distancia entre la localización de la empresa y sus clientes.
 - c.- En el que las ventas totales del sector se reparten entre muy pocas empresas.

- 5.- Se obtienen economías de escala cuando:
- Disminuye el coste medio a medida que aumenta la cantidad de producción.
 - Disminuye el coste medio a medida que se hace el producto más pequeño.
 - Se incrementan los beneficios al invertir en nuevos países.
- 6.- La responsabilidad en la organización implica:
- Unidad de mando.
 - Rendición de cuentas.
 - Especialización.
- 7.- La función empresarial que tiene por finalidad diseñar una estructura que defina las funciones que debe realizar cada persona de la empresa se denomina:
- Control.
 - Organización.
 - Planificación.
- 8.- ¿Cuál es la afirmación correcta? Situando la cantidad producida en el eje de abscisas, la representación gráfica del...
- coste fijo es siempre decreciente, porque divide una cantidad fija entre otra cada vez mayor.
 - coste fijo medio es horizontal, porque el coste fijo no varía.
 - coste total nace en el origen de coordenadas si el coste fijo es igual a cero.
- 9.- En el ámbito empresarial los costes fijos...
- Se imputan directamente al coste del producto.
 - Dependen del nivel de producción.
 - Solamente existen en el corto plazo dado que a largo plazo se considera que todos los costes son variables.
- 10.- Si el punto muerto de una empresa se encuentra en 2.500 unidades vendidas, ¿qué sucede cuando ha alcanzado la cantidad de 3.000 unidades vendidas?:
- Que tiene pérdidas.
 - Que tiene ganancias.
 - Que no tiene ni pérdidas ni ganancias.
- 11.- La OCU (Organización de Consumidores y Usuarios) ha realizado una encuesta telefónica para averiguar el gasto actual de la población en actividades de ocio. Los datos recogidos son:
- Primarios.
 - Secundarios.
 - Indirectos.
- 12.- Los estilos de vida se utilizan como variable en los criterios generales de segmentación:
- Demográficos.
 - Geográficos.
 - Psicográficos.

- 13.- Si r es la tasa interna de rentabilidad (TIR) de un proyecto de inversión y k el coste de capital de los fondos aplicados a ese proyecto ¿En cuál de las tres situaciones siguientes interesa la inversión?
- Cuando $r = k$.
 - Cuando $r < k$.
 - Cuando $r > k$.
- 14.- Un empréstito se define como:
- Una fuente de financiación ajena dividida en partes alícuotas llamadas obligaciones.
 - Un préstamo que hace el empresario a la empresa.
 - Un préstamo bancario.
- 15.- Las mercaderías son mercancías compradas por la empresa para:
- Transformarlas en el proceso productivo de la empresa.
 - Venderlas sin transformación previa.
 - Guardarlas en la empresa hasta su transformación en producto final.
- 16.- El plan de empresa sirve para:
- Valorar la viabilidad de un posible negocio.
 - Crear una empresa con éxito asegurado.
 - Garantizar el autoempleo.

2ª PARTE – EJERCICIO PRÁCTICO

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

Equipos para procesos de información, 30; Construcciones, 500; existencias, 302; aplicaciones informáticas, 600; bancos, 51; reservas, 500; proveedores, 1.100; maquinaria, 400; clientes, 1.302; resultado del ejercicio (ganancias), 205; deudas a largo plazo, 150; instalaciones técnicas, 100; deudas a corto plazo, 142; y capital, ¿?

SE PIDE:

- Calcular la cuantía del capital partiendo de la ecuación fundamental del equilibrio patrimonial.
- 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.
- Calcular el capital circulante (o fondo de maniobra) y, en base a ello, explicar si la empresa está o no en equilibrio.

Nissan adjudica a Barcelona la fabricación de un nuevo coche

C. Blanchar, *El País*, 4-02- 2013

Ahora sí. Se acabó, con final feliz, el culebrón del nuevo turismo en Nissan. La **matriz** de la **multinacional** japonesa ha confirmado que la planta de la Zona Franca de Barcelona fabricará a partir de 2015 un nuevo turismo de la marca. El responsable de Operaciones Industriales de Nissan en España, Frank Torres, ha anunciado la adjudicación esta mañana. Le acompañaba el presidente de la Generalitat, Artur Mas. El presidente catalán ha destacado que el nuevo vehículo es fruto, en parte, del esfuerzo del gobierno catalán, que ha dedicado a ello "tanto esfuerzo y horas" como al proceso soberanista, y al hecho de que Cataluña es "fiable".

La adjudicación se produce seis días después de que los sindicatos (SIGEN-USOC, CC OO y UGT) y la empresa firmaran un plan de competitividad, una rebaja salarial del 20% para los nuevos empleados, aunque el acuerdo blinda la actual plantilla, por antigüedad, en caso de futuros despidos. El nuevo coche supondrá la creación de mil empleos directos, 3.000 indirectos y una inversión directa de 130 millones en la planta barcelonesa. Torres ha asegurado hoy que el plan de competitividad acordado en la planta de Barcelona permitirá "evitar" los Expedientes de Regulación de Empleo (ERE) en 2013 y 2014, aunque empeoren las perspectivas del mercado de automoción.

El coche llega a Barcelona por los pelos, después de seis meses de negociaciones entre trabajadores y dirección. Las conversaciones se rompieron el pasado día 17 y Nissan dio el coche por perdido, momento en el que la dirección europea en Londres (Gran Bretaña) se puso muy nerviosa y las plantas francesas de Renault (aliada internacionalmente con Nissan) no tardaron en ofrecerse para asumir la producción. De entrada, 80.000 unidades anuales.

El nuevo turismo, del que Nissan presentó un prototipo en el pasado salón de Ginebra, el Invitation, es un cinco puertas compacto con ambición de superventas, un coche equivalente al Golf de Volkswagen o el Focus de Ford. La fabricación supondrá una enorme **inversión**, porque habrá que crear una nueva línea de producción ya que la planta de la Zona Franca solo produce furgonetas y todoterrenos. Es una buena noticia, pues, no solo por la creación de empleos y por la inversión, sino también porque situará a la fábrica en una posición estratégica al ampliar la **gama productiva**.

CONTESTE A LAS SIGUIENTES PREGUNTAS:

- a.- Defina desde un punto de vista económico los siguientes conceptos: empresa multinacional, matriz, inversión y gama productiva.
- b.- Criterios de localización empresarial.
- c.- Identifique en el texto y explique las causas que han motivado la adjudicación de la fabricación del nuevo modelo a Barcelona y las consecuencias que la inversión tendrá.