

	<p align="center">Pruebas de Acceso a enseñanzas universitarias oficiales de grado</p> <p align="center">Castilla y León</p>	<p align="center">ECONOMÍA DE LA EMPRESA</p>	<p align="center">EJERCICIO</p> <p align="center">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.- El empresario es aquella persona que:
 - a.- Posee acciones de una empresa.
 - b.- Asume la responsabilidad de la gestión de la empresa.
 - c.- Es el director financiero de una empresa.

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

- 3.- La localización de una empresa puede depender de:
 - a.- El coste del suelo.
 - b.- De la forma jurídica.
 - c.- Del domicilio de los socios.

- 4.- Las Pymes pueden pertenecer al sector:
 - a.- Sólo primario y secundario.
 - b.- Sólo primario y terciario.
 - c.- Primario, secundario y terciario.

- 5.- El principio que representa el reparto de autoridad formal a lo largo de la organización es el de:
- Unidad de mando.
 - Jerarquía.
 - Responsabilidad.
- 6.- Una ventaja de la estructura funcional es que:
- Cada supervisor trabaja exclusivamente en su especialidad.
 - Existe duplicidad de mandos.
 - Los canales de comunicación son más sencillos.
- 7.- La productividad relaciona la cantidad producida con:
- Los recursos consumidos para alcanzarla.
 - Los beneficios de la empresa.
 - Los ingresos por ventas de productos.
- 8.- Si la empresa A alcanza el umbral de rentabilidad con un número de unidades de venta superior a la empresa B, eso implica:
- Que el precio de venta de la empresa B es superior al de la empresa A.
 - Que el precio de venta de la empresa A es superior al de la empresa B.
 - Que sus ingresos se igualan a sus costes en distinto nivel de ventas.
- 9.- Una compra de alta implicación es aquella en que:
- Se dedica mucho esfuerzo a buscar información y evaluar alternativas.
 - Ya se dispone de información al estar el consumidor implicado con la marca.
 - Únicamente compran los consumidores de un segmento.
- 10.- Indique cuáles de las siguientes decisiones forman parte de la política de producto de una empresa:
- Estrategia publicitaria.
 - Servicios que se ofrecen a los clientes después de la venta de los productos.
 - Elección de los intermediarios.
- 11.- Una acción se diferencia de una obligación en:
- Que el poseer una obligación da derecho a voto en la Junta General y una acción no da derecho a voto.
 - Que la acción es una parte alícuota del capital de la empresa y la obligación es una parte alícuota de una deuda contraída por la empresa.
 - No existe ninguna diferencia entre las dos.
- 12.- Si tuviéramos que invertir en varios proyectos alternativos de inversión, aplicando el método VAN, nos decidiríamos por:
- Invertir en el proyecto cuyo VAN sea mayor.
 - Invertir en el proyecto cuyo VAN sea menor.
 - Invertir en el proyecto cuyo VAN sea igual a cero.
- 13.- Una patente se puede definir como:
- Derecho de explotación en exclusiva concedido a su propietario.
 - Derecho a fabricar un producto solamente con materias primas nacionales.
 - Derecho que favorece a los consumidores que pueden consumir mayor cantidad de productos.

- 14.- La masa patrimonial se define como:
- a.- La agrupación de elementos que tienen un mismo significado económico-financiero.
 - b.- Todos aquellos elementos que posee una empresa.
 - c.- El conjunto de elementos situados en el mismo local comercial.
- 15.- Si una academia de inglés estima que el número máximo de alumnos que puede tener es de 720, esa cifra se denomina:
- a.- Elasticidad de la demanda.
 - b.- Demanda potencial.
 - c.- Cuota de mercado.
- 16.- La elasticidad precio mide:
- a.- La variación de la demanda ante alteraciones en los precios sin que se modifique la renta.
 - b.- La variación de la demanda ante alteraciones de la renta sin variar los precios.
 - c.- La variación de los precios ante modificaciones de la demanda.

2ª PARTE – EJERCICIO PRÁCTICO

La empresa Frio S.A. se dedica a la compra venta de frigoríficos. Cada año compra en China y vende en España 500 frigoríficos. Para gestionar un pedido tiene unos costes de 110 euros, a los que hay que añadir 40 euros de trámites aduaneros. Si el coste de mantener un frigorífico almacenado durante un año es de 60 euros, y la empresa trabaja 200 días al año,

SE PIDE:

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

3ª PARTE – COMENTARIO DE TEXTO

Habitat refinancia su deuda tres años después de salir del concurso.

L.Pellicer, *El País*, 4-02-2013

Habitat fue una de las primeras inmobiliarias que sucumbieron a la crisis del ladrillo, pero luchó para demostrar que hay vida después del concurso de **acreedores**. Casi tres años después de zafarse de la tutela judicial, la inmobiliaria que preside Bruno Figueras ha acudido a la banca acreedora para renegociar su deuda, que asciende a cerca de 1.600 millones (1.000 millones si se excluye la parte sujeta a préstamos participativos). Según fuentes conocedoras de las negociaciones, la empresa ha pedido al sindicato bancario devolver solo el 1,5% de esa cantidad en los próximos tres años —en lugar del 24% previsto en el convenio— y abonar casi todo el préstamo entre 2016 y 2018, además de renegociar varios derivados pendientes de pago.

La inmobiliaria catalana fue la primera firma del **sector** en tener que pedir *árnica* (*ayuda*) a la banca. La crisis puso patas arriba la operación que la encumbró hasta la quinta posición de las promotoras: la adquisición de Ferrovial Inmobiliaria. Habitat, que de golpe había aumentado su tamaño en 5,5 veces, se libró del concurso a comienzos de 2008, cuando los Gobiernos

central y catalán intercedieron ante la banca extranjera para lograr la primera gran refinanciación a una inmobiliaria. A finales de ese año, la empresa acudió al juez con un **pasivo** de 2.300 millones para abrir el segundo mayor concurso de acreedores de España.

Dos años después, en 2010, Habitat, que ha declinado hacer comentarios a este diario, salía del juzgado con un convenio que fijaba que las 40 entidades acreedoras aceptaban una quita del 20% sobre una deuda de 2.000 millones y una conversión de otro 30% (600 millones) a préstamos participativos en 2018 a cambio de cobrar el resto en ocho años. El plan también contemplaba que hasta 2012 se abonaría el 0,5% de la deuda cada año para luego elevar ese importe progresivamente hasta 2018. Este año la empresa debía retornar el 2% del **capital**. Fuentes cercanas a la empresa explican que, sin embargo, la crisis ha hecho imposible cumplir con el plan de negocio. En previsión de otro año negro, la inmobiliaria ha pedido a los bancos una novación, es decir, cambiar la estructura de la devolución de la deuda para concentrarla en los tres últimos años. De este modo, entre 2013 y 2015 solo abonaría el 0,5% cada año; y entre 2016 y 2018, el 32,5% del capital en cada uno de esos ejercicios.

Al mismo tiempo, también ha pedido renegociar los derivados que tenía con las entidades — ascendían a unos 30 millones— porque la promotora tampoco puede afrontarlos. Habitat ha propuesto abonar la mitad en efectivo y la otra mitad con locales. Fuentes cercanas a las negociaciones, la mayoría de las entidades, no ven con malos ojos este acuerdo.

CONTESTE A LAS SIGUIENTES PREGUNTAS:

- a.- Defina desde el punto de vista económico los siguientes conceptos: acreedores, sector, pasivo y capital.
- b.- Las fuentes de financiación externa de la empresa.
- c.- Identifique en el texto las medidas utilizadas por Habitat para solucionar su grave situación financiera.

OPCIÓN B

1ª PARTE – PREGUNTAS DE TEST

- 1.- La empresa mixta es aquella empresa:
 - a.- Que está formada por una empresa nacional y otra multinacional.
 - b.- Cuya propiedad está compartida entre el Estado y particulares.
 - c.- Ambas respuestas son correctas.
- 2.- La libertad de entrada y salida al mercado es una característica de:
 - a.- La competencia perfecta.
 - b.- El oligopolio.
 - c.- El monopolio.
- 3.- 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.
- 4.- Si una empresa tiene una cuota de mercado del 100 %:
 - a.- La demanda total de esta empresa coincide con su demanda potencial.
 - b.- Estamos ante un monopolio.
 - c.- Estamos ante un oligopolio.

- 5.- La comunicación interna en la empresa puede ser:
- a.- Endogámica e independiente.
 - b.- Externa e interna.
 - c.- Formal e informal.
- 6.- Si se compensa a los trabajadores con un plan de pensiones de empresa, este incentivo forma parte de:
- a.- El salario base.
 - b.- Los complementos salariales.
 - c.- Las retribuciones en especie.
- 7.- Para la fabricación de un cuaderno, el papel constituye:
- a.- Un coste fijo.
 - b.- Un coste indirecto.
 - c.- Un coste directo.
- 8.- El coste de realizar un pedido se denomina:
- a.- Coste de almacenamiento.
 - b.- Coste de reposición.
 - c.- Coste de ruptura de inventarios.
- 9.- En cuanto a la recogida de datos secundarios en un estudio de mercado:
- a.- Suele ser costosa y específica para dicho estudio.
 - b.- Suele tratarse de datos ya utilizados con anterioridad.
 - c.- Las dos anteriores son correctas.
- 10.- Una agencia de viajes ha segmentado su mercado en función de la renta anual de los consumidores. El criterio de segmentación utilizado es de tipo:
- a.- Demográfico.
 - b.- Geográfico.
 - c.- Socioeconómico.
- 11.- Los métodos de selección de inversiones que no tienen en cuenta el momento de tiempo en que se producen los flujos de caja se califican de:
- a.- Estáticos.
 - b.- Dinámicos.
 - c.- Primarios.
- 12.-Cuál de las siguientes decisiones forma parte de las decisiones financieras de la empresa:
- a.- Decidir si producir más unidades o no.
 - b.- Decidir el stock óptimo.
 - c.- Decidir si repartir dividendos o no.
- 13.- De los siguientes conceptos, cuál es una masa patrimonial:
- a.- Balance de situación.
 - b.- Exigible.
 - c.- Inventario.

- 14.- Si una empresa posee solamente un terreno valorado en 10.000 € y una deuda con un Banco de 4.000 €, su patrimonio neto es igual a:
- 14.000 €
 - 6.000 €
 - Ninguna de las dos.
- 15.- El grafismo empleado para distinguir un producto se denomina:
- Marca.
 - Nombre.
 - Logotipo.
- 16.- Si un supermercado financia la carrera ciclista popular de una ciudad, está realizando una actividad de:
- Promoción de ventas.
 - Venta personal.
 - Patrocinio.

2ª PARTE – EJERCICIO PRÁCTICO

Dados los siguientes proyectos de inversión, expresados en flujos netos de caja:

Proyecto	Flujos Netos de Caja (unidades monetarias)				
	Q ₀	Q ₁	Q ₂	Q ₃	Q ₄
A	-200	50	50	50	50
B	-200	50	50	60	100
C	-175	50	40	100	60

SE PIDE:

- Calcule el valor actual neto (VAN) de los tres proyectos A, B y C, para un coste de capital del 10% ($k=0,10$).
- Calcule el plazo de recuperación (*pay-back*) de los tres proyectos (A, B y C).
- Razone qué proyecto es más favorable según cada uno de los dos criterios: VAN y plazo de recuperación.

3ª PARTE – COMENTARIO DE TEXTO

Identificar la oportunidad

M. Galtés, *La Vanguardia.com*, 23-01-2013

Las abuelas decían que de la necesidad se hace virtud, y Stephanie Marko y María José Rivas lo han puesto en práctica. En su caso, la necesidad nació en la guardería de sus hijos, donde hay que llevar toda la ropa y los objetos del bebé bien marcados con el nombre, algo que acaba siendo misión imposible: "Las etiquetas se despegan en la secadora, las marcas en rotulador permanente acaban desapareciendo en el lavavajillas".

Stephanie Marko es de Dakota del Sur y viene del mundo del **marketing**, y María José Rivas, de Madrid, estudió diseño. Las dos llevan muchos años en Cataluña, y ambas decidieron dejar

sus trabajos para cuidar de sus hijos. Hasta que Stephanie se desesperó con esto de las etiquetas: compartía problema con María José, y se asociaron.

"Las dos estábamos próximas a los 40. Pensamos: si este es el último tren, no lo podemos dejar pasar. Y si lo hacemos, lo hacemos bien", explican. Invirtieron entre las dos 30.000 euros, sus ahorros - "no quisimos endeudarnos"- y crearon Stikets.com, en marzo del 2010. Pensaban en "soluciones para marcar cualquier cosa". Empezaron a hacer pruebas hasta que dieron con un vinilo y un tejido termosoldable. Entonces le añadieron el desarrollo informático para poner cualquier nombre y diseño y encargarlo de forma personalizada por internet.

Marko y Rivas empezaron en el garaje de casa en El Bruc. Hasta que pudieron trasladarse a un local en Igualada (donde llevan a sus hijos al colegio), que ya se les está quedando de nuevo pequeño. "Trabajamos de forma intensiva de 9 a 5", y saben muy bien que la suya es una historia como tantas que han leído en blogs de EE.UU. de madres que trabajan para conciliar. En su caso, ya va más allá: el marido de Stephanie se ha incorporado a Stikets: ya son cuatro y un programador externo. Quieren llegar a ser 12 empleados en el 2015.

Los Stickets salieron al **mercado** a finales del 2010, y han ido creciendo sobre todo por el boca-oreja. El 90% de sus ventas son en España, pero han recibido encargos de EE.UU., Europa, Latinoamérica. En el 2012 facturaron 170.000 euros, el triple que en el 2011. Y la **inversión** está amortizada. En el 2013 esperan volver a triplicar. Han contactado con agentes comerciales, tienen mamás prescriptoras (a cambio de descuentos). Y las han descubierto las empresas: crean etiquetas para ropa corporativa, de instituciones, de pruebas deportivas. O para marcar producciones cortas de ropa, muestrarios. Un hotel les encargó etiquetas para marcar los secadores de las habitaciones. "Nosotros no tenemos cantidades mínimas, somos muy flexibles". Su asignatura pendiente ahora es abordar el mercado offline, que su **producto** esté presente en tiendas de puericultura, ropa infantil o librerías.

CONTESTE A LAS SIGUIENTES PREGUNTAS:

- a.- Defina desde el punto de vista económico los siguientes conceptos: marketing, inversión, producto y mercado.
- b.- Fases del proceso de creación de empresas.
- c.- Identifique en el texto y explique la etapa del ciclo de vida en la que se encuentra el producto y a cuál de las etapas posibles evolucionará en el futuro.