



**UNIVERSIDADES PÚBLICAS DE LA COMUNIDAD DE MADRID**  
PRUEBA DE ACCESO A LAS ENSEÑANZAS UNIVERSITARIAS  
OFICIALES DE GRADO

Curso **2010-2011**

**MATERIA: ECONOMÍA DE LA EMPRESA**

**INSTRUCCIONES Y CRITERIOS GENERALES DE CALIFICACIÓN**

1. Lea todas las cuestiones cuidadosamente.
2. Elija la opción (A o B) para la que considere que se encuentra mejor preparado/a.
3. Conteste únicamente a las cuestiones de la opción que haya elegido.
4. Recuerde que es muy importante demostrar seguridad en sus respuestas y procure expresarse con la mayor claridad posible.
5. Cada pregunta va acompañada por la puntuación máxima que se puede alcanzar en caso de contestarla correctamente.
6. Preste mucha atención para no cometer faltas ortográficas.

**TIEMPO:** Una hora y treinta minutos.

**OPCIÓN A**

1. En un canal de distribución corto, defina la función del minorista (0,5 puntos) y en un canal de distribución largo, defina la del mayorista (0,5 puntos).
2. Proporcione dos ejemplos de técnicas de investigación de mercados, una cuantitativa y otra cualitativa. Defina cada una de las técnicas (0,5 puntos) e ilustre con un ejemplo cada técnica (0,5 puntos).
3. Determine la diferencia fundamental entre un plan estratégico y un plan táctico (1 punto), así como entre los conceptos de políticas y procedimientos dentro de una empresa (1 punto).
4. Describa las fuerzas competitivas, según el modelo de Porter, y explique razonadamente cómo afecta a cada una de ellas que la entrada en un sector resulte más atractiva para una empresa (2 puntos).
5. La empresa GADI dedicada a la comercialización de bicicletas, el día 1 de marzo del presente año, tiene en el almacén 800 bicicletas sin vender cuyo precio de compra es de 150 euros la unidad. Para tener provisiones realiza dos compras a fábrica, la primera el día 3 de mayo, de 200 bicicletas a 160 euros cada una y el día 15 del mismo mes 300 unidades a 140 euros la unidad. El día 10 de mayo vende 350 bicicletas. Se pide calcular el valor de las existencias en almacén a fecha 17 de mayo, aplicando:
  - a) El método del precio medio ponderado (1 punto).
  - b) El método FIFO (1 punto).
6. Una empresa debe decidir entre dos proyectos de inversión. El proyecto A requiere un desembolso inicial de 120.000 euros y se espera que reporte unos flujos de caja de 65.000 euros el primer año y de 70.000 euros el segundo y último año. Por su parte, el proyecto B necesita un desembolso inicial de 300.000 euros y se espera que produzca unos flujos de caja de 185.000 euros el primer año y de 200.000 euros el segundo y último año. El coste de capital es del 8,5% anual. Se pide:
  - a) ¿Cuál es preferible si se utiliza el criterio del plazo de recuperación o *pay-back*? (0,5 puntos). Justifique su respuesta (0,25 puntos).
  - b) ¿Y si se utiliza el criterio de la tasa interna de retorno (TIR)? (0,75 puntos). Justifique su respuesta (0,5 puntos).

Nota: año: 360 días; mes:30 días.

## OPCIÓN B

1. Explique en qué consiste la estrategia de desarrollo de productos (0,5 puntos) y ponga un ejemplo (0,5 puntos).
2. Defina el concepto de empresa multinacional (0,5 puntos). Cite brevemente qué factores impulsan a una empresa a adoptar una dimensión multinacional (0,5 puntos).
3. Señale y explique las principales diferencias entre la financiación ajena y la autofinanciación de una empresa (1 punto), ponga dos ejemplos de cada una de ellas (1 punto).
4. Una empresa ha experimentado un descenso en las ventas de uno de sus principales productos. Según un directivo de esta empresa, el descenso se debe a un mal posicionamiento del producto. Por el contrario, otro directivo opina que el problema es la saturación del mercado. (a) Explique los conceptos de posicionamiento y saturación del mercado (1 punto). (b) Explique qué información debemos conseguir para saber cuál de los dos directivos tiene razón (1 punto).
5. La sociedad VILANO presenta la siguiente información contable (en euros): Proveedores 1.245, Bancos c/c 570, Deudas a corto plazo con entidades de crédito 4.000, Clientes 380, Amortización acumulada de las construcciones 5.190, Deudas a largo plazo con entidades de crédito 9.000, Acreedores diversos 415, Resultado del Ejercicio XXX, Capital Social 70.000 y Construcciones 86.500.

Con la información anterior:

- a) Determine la cifra del Resultado del Ejercicio (0,5 puntos).
  - b) Elabore el balance de situación, ordenado y agrupado en masas y submasas patrimoniales (0,75 puntos).
  - c) Calcule e interprete el fondo de maniobra (0,5 puntos).
  - d) Comente la situación financiera (equilibrio financiero) y la viabilidad futura de la sociedad VILANO (0,25 puntos).
6. La empresa DEODOS, fabricante de ambientadores, presenta una estructura de costes que corresponde a los siguientes datos: (1) Alquiler de locales y maquinaria: 1.300.000 euros. (2) Remuneración fija total de los 400 trabajadores: 400.000 euros. (3) Remuneración total por incentivos al conjunto de los trabajadores: 0,6 euros por unidad producida. (4) Para producir un ambientador, se necesitan las siguientes materias primas: 0,05 Kg. de material plástico y 0,08 Kg. de gel ambientador. (5) El precio de mercado del material plástico empleado es de 10 euros/Kg., y el precio de mercado del gel ambientador utilizado es de 30 euros/Kg.

Partiendo de la información anterior se pide:

- a) ¿Cuál es el coste variable por unidad producida? (0,5 puntos). Especifique las funciones de costes variables y de costes totales de la empresa DEODOS, en función de la cantidad producida (0,5 puntos).
- b) El precio de venta del ambientador es de 10 euros y la producción y venta actual de 275.000 unidades ¿A cuánto asciende el beneficio empresarial? (0,5 puntos).
- c) El empresario negocia con los trabajadores un cambio en la remuneración. Las nuevas condiciones son: remuneración fija por empleado 900 euros y remuneración total por incentivos: 0,7 euros por unidad producida. La producción y venta de ambientadores ascienden entonces a 300.000 unidades. ¿A cuánto asciende ahora el beneficio empresarial? (0,5 puntos).

# ECONOMÍA DE LA EMPRESA

## CRITERIOS ESPECÍFICOS DE CORRECCIÓN Y CALIFICACIÓN

### OPCIÓN A

1. El alumno debe conocer el concepto de canal de distribución y sus tipologías, así como saber definir las funciones que realizan los agentes asociados, como los minoristas y los mayoristas.
2. El alumno debe comprender las diferencias existentes entre técnicas de investigación de mercados cualitativas y cuantitativas.
3. El alumno debe conocer el concepto de planificación estratégica, así como las diferencias entre dicha planificación y otro tipo de planes que puede efectuar una empresa. Asimismo, debe saber distinguir entre conceptos tan importantes como políticas y procedimientos.
4. El alumno debe describir las cinco fuerzas competitivas del sector, según el modelo de Porter y explicar, de forma razonada, cómo afecta a cada una de ellas que resulte atractiva la entrada de empresas en dicho sector.
5. El alumno debe conocer los diferentes procedimientos que existen para valorar las existencias de las empresas.
6. El alumno debe saber aplicar los criterios del *pay back* y de la TIR para seleccionar inversiones y razonar cuáles son preferibles.

### OPCIÓN B

1. El alumno debe explicar en qué consiste la estrategia de especialización de desarrollo de productos y poner un ejemplo.
2. El alumno debe conocer el concepto de empresa multinacional y los factores que determinan tal dimensión para una empresa.
3. El alumno debe conocer y saber diferenciar los distintos tipos de financiación de una empresa.
4. El alumno debe comprender los conceptos de posicionamiento de un producto y saturación de un mercado.
5. El alumno debe distinguir las distintas masas que componen el patrimonio empresarial y saber aplicar dicho conocimiento al cálculo del fondo de maniobra, razonando su significado.
6. El alumno debe calcular los costes variables y costes totales de una empresa y los beneficios obtenidos.