

UNIVERSIDADES PÚBLICAS DE LA COMUNIDAD DE MADRID
EVALUACIÓN PARA EL ACCESO A LAS ENSEÑANZAS
UNIVERSITARIAS OFICIALES DE GRADO

Curso **2019-2020**

MATERIA: ECONOMÍA DE LA EMPRESA

MODELO
Orientativo

INSTRUCCIONES Y CRITERIOS GENERALES DE CALIFICACIÓN

Después de leer atentamente todas las preguntas, el alumno deberá escoger **una** de las dos opciones propuestas y responder a las cuestiones de la opción elegida.

CALIFICACIÓN: Las preguntas 1ª y 2ª se valorarán sobre 1 punto cada una, las preguntas 3ª a 6ª sobre 2 puntos cada una.

TIEMPO: 90 minutos.

OPCIÓN A

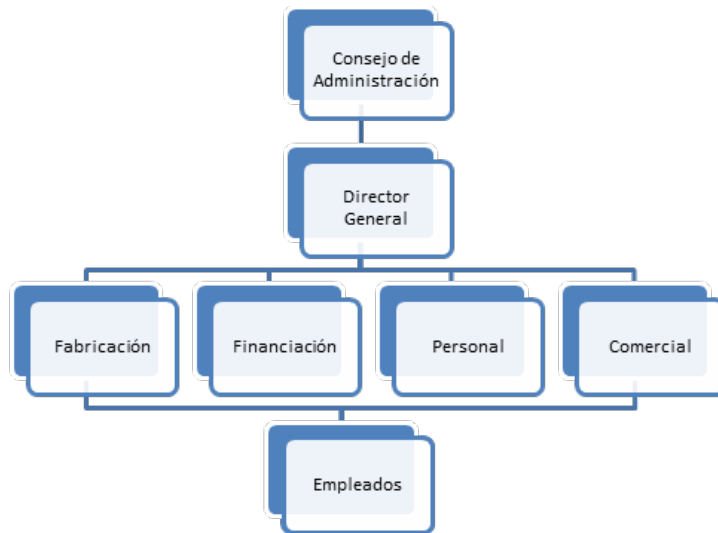
1. Enuncie las diferencias entre investigación e innovación (1 punto).
2. Indique qué actuaciones pueden llevar a cabo las organizaciones empresariales en materia de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) (1 punto).
3. La estructura organizativa de la empresa es esencial para poder ordenar las diferentes relaciones laborales que existen entre los puestos de trabajo, flujos de autoridad, etc. Defina qué es un organigrama y cite tres requisitos que debe cumplir (1 punto). Explique la clasificación de los organigramas según su forma y finalidad (1 punto).
4. Una empresa dedicada a la venta de diccionarios de idiomas, debido a la progresiva disminución de sus ventas, se está planteando desarrollar una nueva aplicación de teléfonos móviles que permita realizar traducciones de forma instantánea. El público objetivo de la aplicación son estudiantes de bachillerato.
 - a) ¿Qué es el ciclo de vida del producto? (0,25 puntos). Identifique en qué fase del ciclo de vida se encuentran tanto el diccionario como la aplicación para el móvil y explique las principales características de cada una de esas fases (1 punto).
 - b) La empresa ha decidido segmentar el mercado al dirigirse a estudiantes de bachillerato. ¿Qué criterio de segmentación ha empleado? (0,25 puntos).
 - c) Identifique las políticas que componen el “marketing-mix” de una empresa (0,25 puntos). Explique dos instrumentos que pueden emplearse para promocionar la nueva aplicación de idiomas (0,25 puntos).
5. A partir de la información de la siguiente tabla, calcule el período medio de maduración económico y el período medio de maduración financiero (1,5 puntos). Explique el significado de ambos (0,5 puntos).

Número de veces que se renueva el almacén de materias primas en el año	25 veces
Período medio de fabricación	15 días
Período medio de ventas	20 días
Número de veces que se renueva el derecho de cobro a los clientes en el año	8 veces
Período medio de pago a proveedores	35 días
Año comercial	360 días

6. LNVSport es una empresa perteneciente a la industria de fabricación de ropa deportiva para niños. A 31/12/2019 presenta la siguiente situación patrimonial (unidades monetarias expresadas en miles de euros): mobiliario 7.500 u.m., equipos informáticos 10.000 u.m., existencias 1.550 u.m., proveedores 2.900 u.m., amortización acumulada del inmovilizado material 1.700 u.m., maquinaria 4.125 u.m., clientes 13.000 u.m., deudas con entidades de crédito a largo plazo 7.250 u.m., capital 15.000 u.m., préstamo corto plazo 1.400 u.m. En función de la información anterior, se pide:
 - a) Elabore el Balance de Situación identificando los elementos patrimoniales (1 punto).
 - b) Calcule el Resultado del Ejercicio para que el Balance esté equilibrado (0,5 puntos).
 - c) Calcule el fondo de maniobra e interprete su significado (0,5 puntos).

OPCIÓN B

1. Un pequeño comercio se dedica a la venta "on-line". Enumere dos ventajas de ser una PYME versus una gran empresa (0,5 puntos) y dos ventajas de la venta on-line frente a la venta directa (0,5 puntos).
2. Defina, desde un punto de vista contable, el concepto de Pasivo No Corriente y de Pasivo Corriente (0,5 puntos). Indique un ejemplo de cada uno de ellos (0,25 puntos). ¿Qué criterio se utiliza para clasificar el Pasivo dentro del Balance de Situación de la empresa? (0,25 puntos).
3. Explique la Teoría de Maslow sobre la motivación (1 punto). Explique también las Teorías X e Y de Mc Gregor (1 punto).
4. Defina el concepto de organización formal (0,25 puntos). Cite dos ventajas (0,5 puntos) y dos inconvenientes (0,5 puntos) de un modelo de estructura organizativa lineal o jerárquico. Identifique el modelo de organización que se observa en el siguiente gráfico y describa en qué consiste (0,25 puntos). Señale una ventaja (0,25 puntos) y un inconveniente (0,25 puntos) de dicho modelo de estructura organizativa.



5. Una empresa que se plantea producir gafas de sol que venderá a 45 euros por unidad, tiene la siguiente estructura de costes mensuales: dotación mensual a la amortización de la maquinaria 3.000 euros, alquiler 4.500 euros, salarios 15.500 euros, coste de materia prima por unidad 6 euros y otros costes variables por unidad 3 euros. Teniendo en cuenta estos datos, se pide:
 - a) Calcule los costes fijos de la empresa (0,25 puntos), los costes variables unitarios (0,25 puntos). Calcule el punto muerto o umbral de ventas y explique su significado (0,5 puntos).
 - b) Si la empresa vende 3.600 unidades, calcule los ingresos totales (0,25 puntos), los costes totales (0,5 puntos) y el beneficio que la empresa obtiene (0,25 puntos).
6. A una empresa se le presentan dos posibilidades de inversión, la Opción 1 y la Opción 2. Si se realiza la inversión de la Opción 1 es necesario un desembolso inicial de 20.000 euros y los flujos de caja esperados son de 11.000 euros el primer año y de 12.000 euros el segundo. Por otra parte, la Opción 2 supone un desembolso inicial de 30.000 euros y los flujos de caja esperados son de 15.000 euros el primer año y de 16.000 euros el segundo. Se pide, para una tasa de descuento del 8% anual:
 - a) Calcule el Plazo de Recuperación o "Pay-Back", el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Rentabilidad (TIR) de la Opción 1. Indique si la Opción 1 es aceptable según los criterios del VAN y TIR (1 punto).
 - b) Calcule el Plazo de Recuperación o "Pay-Back", el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Rentabilidad (TIR) de la Opción 2. Indique si la Opción 2 es aceptable según los criterios del VAN y TIR (1 punto).

ECONOMÍA DE LA EMPRESA

CRITERIOS ESPECÍFICOS DE CORRECCIÓN Y CALIFICACIÓN

OPCIÓN A

1. El alumno debe conocer el concepto de investigación y de innovación y sus diferencias.
2. El alumno debe conocer los aspectos vinculados con la Responsabilidad Social Corporativa de una organización empresarial.
3. El alumno debe conocer qué es un organigrama y explicar las diferentes clasificaciones de organigrama que se pueden utilizar en las empresas.
4. El alumno debe saber identificar las diferentes fases que componen el ciclo de vida de un producto y las diferentes estrategias de crecimiento. También debe conocer las políticas que componen el "marketing-mix".
5. El alumno debe conocer el significado y la forma de cálculo del periodo medio de maduración económico y financiero.
6. El alumno debe saber elaborar el Balance de Situación, calcular el Resultado del Ejercicio, así como calcular e interpretar el fondo de maniobra.

OPCIÓN B

1. El alumno debe conocer las ventajas de las PYMEs y de la venta "on-line".
2. El alumno debe saber el criterio para clasificar el Pasivo dentro del Balance de Situación, así como la clasificación del mismo en Pasivo Corriente y Pasivo no Corriente.
3. El alumno debe conocer la Teoría de Maslow sobre la motivación y las Teorías X e Y de Mc Gregor.
4. El alumno debe conocer el concepto de organización formal así como los distintos modelos de estructura organizativa y sus ventajas e inconvenientes.
5. El alumno debe ser capaz de calcular el punto muerto o umbral de ventas de la empresa y calcular ingresos, costes y beneficios en un ejemplo práctico.
6. El alumno debe saber calcular e interpretar el Plazo de Recuperación o "Pay-Back", el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Rentabilidad (TIR) de una inversión.

ECONOMÍA DE LA EMPRESA

SOLUCIONES (Documento de trabajo orientativo)

OPCIÓN A

1. Enuncie las diferencias entre investigación e innovación (1 punto).

SOLUCIÓN:

El progreso técnico puede concretarse en obtener más producción con los mismos factores productivos, en lograr nuevos productos, etc. Este progreso depende de las actividades I+D+i.

En el primer momento se lleva a cabo la investigación, por la cual se adquieren conocimientos de la técnica y producto que se quiere mejorar. Se llegará a la innovación, una vez que se hayan llevado a la práctica los conocimientos adquiridos en la fase de investigación y probado su eficacia, desarrollando y comercializando el bien o servicio.

2. Indique qué actuaciones pueden llevar a cabo las organizaciones empresariales en materia de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) (1 punto).

SOLUCIÓN:

Las actuaciones de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) de la empresa son todas aquellas que realice más allá de lo que le exige la ley en materias como el medio ambiente, protección y mejora de las condiciones laborales y de formación de sus empleados y/o familiares, cualquier medida que beneficie a la sociedad en la que está implantada esa empresa.

Para la aplicación de estas actuaciones, las empresas suelen elaborar códigos de conducta internos en los que se refleja su preocupación y se detallan posibles acciones como la reutilización de los residuos producidos en el proceso productivo, reducción de residuos y contaminación, el establecimiento de medidas para favorecer la conciliación de la vida familiar y laboral de los trabajadores, la formación de los trabajadores sobre los aspectos medioambientales relacionados con la fabricación de productos de la empresa, etc.

3. La estructura organizativa de la empresa es esencial para poder ordenar las diferentes relaciones laborales que existen entre los puestos de trabajo, flujos de autoridad, etc. Defina qué es un organigrama y cite tres requisitos que debe cumplir (1 punto). Explique la clasificación de los organigramas según su forma y finalidad (1 punto).

SOLUCIÓN:

Un organigrama es una representación gráfica de la estructura de la organización empresarial de una forma sintética y simplificada, y da a conocer las características principales de dicha estructura.

Un organigrama debe cumplir los siguientes requisitos:

- Diferenciar los elementos que componen la empresa.
- Diferenciar los niveles y posiciones de autoridad.
- Ser de fácil comprensión.
- Ser sencillo: sólo debe contener los elementos indispensables.

La clasificación de los organigramas, según su forma, puede ser:

-Organigramas verticales: se pretende destacar la jerarquía de mando. En los lugares más elevados se sitúa la posición con más autoridad, y por debajo se incluyen las subordinadas.

-Organigramas horizontales: tienen los mismos elementos que el organigrama vertical pero las unidades de mando se sitúan a la izquierda y las subordinadas a la derecha.

-Organigramas radiales: la finalidad es crear un impacto visual para destacar los niveles más altos de dirección.

La clasificación de los organigramas, según su finalidad, puede ser:

-Organigramas informativos: dan información general de la empresa, por lo que, sólo aparecen las grandes unidades.

-Organigramas de análisis: aparece la totalidad de la estructura organizativa de la empresa con mayor detalle de información.

4. Una empresa dedicada a la venta de diccionarios de idiomas, debido a la progresiva disminución de sus ventas, se está planteando desarrollar una nueva aplicación de teléfonos móviles que permita realizar las traducciones de forma instantánea. El público objetivo de la aplicación son estudiantes de bachillerato.

a) ¿Qué es el ciclo de vida del producto? (0,25 puntos). Identifique en qué fase del ciclo de vida se encuentran tanto el diccionario como la aplicación para el móvil y explique las principales características de cada una de esas fases (1 punto).

b) La empresa ha decidido segmentar el mercado al dirigirse a estudiantes de bachillerato. ¿Qué criterio de segmentación ha empleado? (0,25 puntos).

c) Identifique las políticas que componen el “marketing-mix” de una empresa (0,25 puntos) Explique dos instrumentos que pueden emplearse para promocionar la nueva aplicación de idiomas (0,25 puntos).

SOLUCIÓN:

a) El ciclo de vida del producto integra las diferentes fases por las que atraviesa un producto o servicio a lo largo del tiempo en el mercado. Las cuatro etapas del ciclo de vida son: introducción, crecimiento madurez y declive. La fase en la que se encuentra el producto depende, entre otras características, del nivel de ventas que se alcancen.

La fase del ciclo de vida en la que se encuentra el diccionario es la de declive. Esta fase se caracteriza porque las ventas y los beneficios disminuyen. La disminución de la demanda hace que la empresa se cuestione relanzar el producto o dejar de comercializarlo. Igualmente, las inversiones en promoción se reducen y para reducir las existencias existentes pueden ofrecerse ofertas y descuentos.

Por su parte, la aplicación de traducción para móviles, al ser un producto de nuevo lanzamiento se encuentra en la fase de introducción. En esta fase, el producto aún no es muy conocido, por lo que los beneficios son reducidos, por el lento crecimiento de las ventas y los elevados costes de producción. Además, los esfuerzos en promoción deben ser elevados.

b) Considerando que la segmentación es el proceso por el cual se divide el mercado en grupos de consumidores con características similares, los estudiantes de bachillerato pueden agruparse en función de la edad o en función de su nivel educativo, por lo que el criterio de segmentación se basa en características socio-demográficas (segmentación demográfica y segmentación sociológica).

c) Las políticas que componen el “marketing-mix” son la política de producto, de precio, de distribución y de promoción. En cuanto a los instrumentos que pueden emplearse para promocionar la aplicación destacan la publicidad, las relaciones públicas o las promociones de ventas. Por ejemplo, en cuanto a la publicidad, puede insertar anuncios en las redes sociales o en páginas web para dar a conocer el nuevo producto. En cuanto a las relaciones públicas, puede patrocinar determinados eventos que sean de interés para su público objetivo y mediante la promoción de ventas, puede ofrecer traducciones de muestra gratuitas o cupones de descuento por cada vez que se realiza una traducción.

5. A partir de la información de la siguiente tabla, calcule el período medio de maduración económico y el período medio de maduración financiero (1,5 puntos). Explique el significado de ambos (0,5 puntos).

Número de veces que se renueva el almacén de materias primas en el año	25 veces
Período medio de fabricación	15 días
Período medio de ventas	20 días
Número de veces que se renueva el derecho de cobro a los clientes en el año	8 veces
Período medio de pago a proveedores	35 días
Año comercial	360 días

SOLUCIÓN:

Período medio de aprovisionamiento/almacenamiento: $360 / 25 = 14,4$ días

Período medio de cobro: $360 / 8 = 45$ días

PMM económico = $P_{Ma} + P_{Mf} + P_{Mv} + P_{Mc} = 14,4 + 15 + 20 + 45 = 94,4$ días

PMM financiero = PMM económico - $P_{Mp} = 94,4 - 35 = 59,4$ días

El período medio de maduración económico es el tiempo que transcurre desde que se invierte una unidad monetaria en el ciclo de explotación para comprar existencias o materias primas hasta que se cobra a los clientes el importe de las ventas.

El período medio de maduración financiero considera, además, el número de días que la empresa ha de financiarse o el aplazamiento del pago a los proveedores (el número de días que se tarda en pagar las materias primas o existencias a dichos proveedores).

6. LNVSport es una empresa perteneciente a la industria de fabricación de ropa deportiva para niños. A 31/12/2019 presenta la siguiente situación patrimonial (unidades monetarias expresadas en miles de euros): mobiliario 7.500 u.m., equipos informáticos 10.000 u.m., existencias 1.550 u.m., proveedores 2.900 u.m., amortización acumulada del inmovilizado material 1.700 u.m., maquinaria 4.125 u.m., clientes 13.000 u.m., deudas con entidades de crédito a largo plazo 7.250 u.m., capital 15.000 u.m., préstamo corto plazo 1.400 u.m. En función de la información anterior, se pide:

- a) Elabore el Balance de Situación identificando los elementos patrimoniales (1 punto).
- b) Calcule el Resultado del Ejercicio para que el Balance esté equilibrado (0,5 puntos).
- c) Calcule el fondo de maniobra e interprete su significado (0,5 puntos).

SOLUCIÓN:

ACTIVO	PATRIMONIO NETO Y PASIVO
Activo No Corriente 19.925	Patrimonio Neto 22.925
Mobiliario 7.500	Capital 15.000
Equipos informáticos 10.000	Resultado del Ejercicio 7.925
Maquinaria 4.125	
Amortización acumulada del inmovilizado material (1.700)	Pasivo No Corriente 7.250
	Deudas con entidades de crédito a largo plazo 7.250
Activo Corriente 14.550	Pasivo Corriente 4.300
Existencias 1.550	Préstamo a corto plazo 1.400
Clientes 13.000	Proveedores 2.900
Total Activo 34.475	Total Patrimonio Neto + Pasivo 34.475

Fondo de Maniobra = (Patrimonio Neto + Pasivo No Corriente) – Activo No Corriente.

Fondo de Maniobra = Activo Corriente - Pasivo Corriente

Fondo de Maniobra = $(22.925 + 7.250) - 19.925 = 10.250$.

Fondo de Maniobra = $14.550 - 4.300 = 10.250$.

El fondo de maniobra es positivo lo que indica que la empresa no tiene problemas de liquidez ya que con su activo corriente puede hacer frente a las deudas a corto plazo.

OPCIÓN B

1. Un pequeño comercio se dedica a la venta "on-line". Enumere dos ventajas de ser una PYME versus una gran empresa (0,5 puntos) y dos ventajas de la venta on-line frente a la venta directa (0,5 puntos).

SOLUCIÓN:

Las ventajas de ser PYMEs frente a las grandes empresas son:

- Organización flexible.
- Alta integración del personal en la empresa.
- Alta identificación del personal con los objetivos de la empresa.
- Desarrollo en los mercados intersticiales que dejan las grandes empresas.
- Mayor facilidad para producir bienes / productos a la medida del cliente.
- Menos inversión inicial.

Las ventajas de la venta on-line frente a la venta directa son:

- Poder estar presente en mercados internacionales con una inversión más reducida.
- Tener acceso a un número mayor de clientes potenciales.
- Poder centrarse en nichos de mercado específicos.

2. Defina, desde un punto de vista contable, el concepto de Pasivo No Corriente y de Pasivo Corriente (0,5 puntos). Indique un ejemplo de cada uno de ellos (0,25 puntos). ¿Qué criterio se utiliza para clasificar el Pasivo dentro del Balance de Situación de la empresa? (0,25 puntos).

SOLUCIÓN:

El Pasivo recoge las obligaciones y deudas contraídas frente a terceros por la empresa. Si el plazo de vencimiento es superior a un año se considera Pasivo No Corriente mientras que si las deudas deben devolverse en un plazo inferior al año se consideran Pasivo Corriente. Ejemplos de Pasivo no Corriente puede ser un préstamo a largo plazo o una emisión de obligaciones a largo plazo, mientras que ejemplos de Pasivo Corriente pueden ser los proveedores, un préstamo a corto o las deudas con la hacienda pública. El criterio para clasificar estas partidas en el Balance es de menor a mayor grado de exigibilidad o bien de mayor a menor plazo de vencimiento.

3. Explique la Teoría de Maslow sobre la motivación (1 punto). Explique también las Teorías X e Y de Mc Gregor (1 punto).

SOLUCIÓN:

Para Maslow la motivación de las personas depende del grado de satisfacción de sus necesidades, por lo tanto no es igual para todas.

Las necesidades se pueden agrupar según una pirámide o una jerarquía, donde se diferencian las fisiológicas, las de seguridad, las sociales, de estima y de autorrealización.

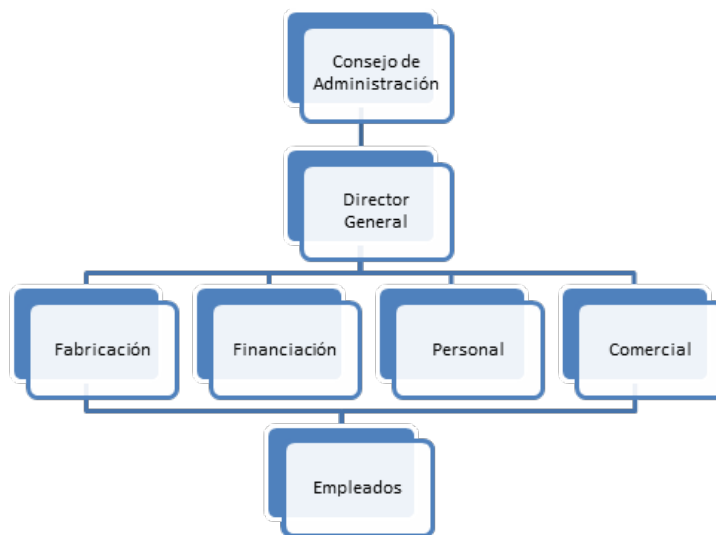
Las tres primeras son necesidades inferiores y las dos últimas son necesidades superiores. Sólo serán motivadoras las superiores cuando las anteriores ya estén satisfechas.

Según Mc Gregor, el comportamiento del líder depende de su visión de los subordinados.

La Teoría X parte del supuesto de que los subordinados trabajan lo menos posible, no tienen ambición, eluden responsabilidades, etc. El líder que comparte estos supuestos va a utilizar un estilo de liderazgo autocrático y será autoritario, inflexible y distante.

La Teoría Y parte del supuesto de que a los subordinados les gusta trabajar y asumir responsabilidades, buscan mejorar y son creativos e imaginativos, etc. El líder que comparte estos supuestos va a utilizar un estilo de liderazgo democrático, basado en la confianza, motivando a los empleados y dándoles responsabilidades.

3. Defina el concepto de organización formal (0,25 puntos). Cite dos ventajas (0,5 puntos) y dos inconvenientes (0,5 puntos) de un modelo de estructura organizativa lineal o jerárquico. Identifique el modelo de organización que se observa en el siguiente gráfico y describa en qué consiste (0,25 puntos). Señale una ventaja (0,25 puntos) y un inconveniente (0,25 puntos) de dicho modelo de estructura organizativa.



SOLUCIÓN:

Organización formal: es la estructura intencional definida e identificada en que la empresa sitúa cada uno de sus elementos en el lugar más conveniente. Es una estructura en la que se han de ajustar las personas que forman parte de la empresa y que cooperan entre sí para conseguir sus objetivos determinados.

Ventajas del modelo de estructura lineal o jerárquico:

- Simplicidad (facilidad para entenderse).
- La autoridad y las áreas de responsabilidad están bien definidas, cada trabajador sabe a quién debe obedecer y es responsable ante un sólo jefe.
- Rapidez en la toma de decisiones.

Inconvenientes del modelo de estructura lineal o jerárquico:

- Falta de especialización por parte de los directivos, ya que abarcan muchos campos.
- Excesiva concentración de autoridad.
- Falta de flexibilidad para adaptarse a los cambios.
- Falta de motivación por parte de los subordinados.

El modelo que aparece en el gráfico es un modelo funcional, que se caracteriza por la existencia de especialistas que dedican todo su esfuerzo a una tarea concreta de la actividad de la empresa. Todos los niveles inferiores están conectados a diversos jefes y cada uno de ellos desarrolla una función de la que es especialista.

Ventajas del modelo funcional:

- La empresa puede disponer de especialistas dentro de la misma y los empleados se dedican exclusivamente a su especialidad.
- Las comunicaciones se efectúan directamente, sin necesidad de intermediarios.
- No es la jerarquía, sino la especialidad la que promueve las decisiones.

Inconvenientes del modelo funcional:

- Los empleados pueden recibir órdenes de más de un jefe y a veces son contradictorias creándose conflictos de convivencia.

5. Una empresa que se plantea producir gafas de sol que venderá a 45 euros por unidad, tiene la siguiente estructura de costes mensuales: dotación mensual a la amortización de la maquinaria 3.000 euros, alquiler 4.500 euros, salarios 15.500 euros, coste de materia prima por unidad 6 euros y otros costes variables por unidad 3 euros. Teniendo en cuenta estos datos, se pide:

- Calcule los costes fijos de la empresa (0,25 puntos), los costes variables unitarios (0,25 puntos).
Calcule el punto muerto o umbral de ventas y explique su significado (0,5 puntos).

- b) Si la empresa vende 3.600 unidades, calcule los ingresos totales (0,25 puntos), los costes totales (0,5 puntos) y el beneficio que la empresa obtiene (0,25 puntos).

SOLUCIÓN:

a) Cálculo del punto muerto:

Costes fijos = CF = 3.000 + 4.500 + 15.500 = 23.000 euros.

Coste variable unitario = CVMe = 6 + 3 = 9 euros/ud.

Precio venta unitario = p = 45 euros/ud.

Q = nº de unidades que iguala los ingresos con los costes totales de la empresa y por tanto, el nivel de ventas para el que el beneficio es cero (punto muerto o umbral de ventas).

$$Q = CF / (p - CVMe); \quad Q = 23.000 / (45 - 9) = 638,89 \text{ unidades.}$$

b) Si la empresa vende 3.600 unidades, el beneficio se hallará por diferencia entre los Ingresos totales y los Costes totales (Costes fijos + Costes variables) correspondientes a ese nivel de producción:

Ingresos totales = IT = p * Q = 45 * 3.600 = 162.000 euros.

Costes totales = (CF + CVMe * Q) = 23.000 + (9 * 3.600) = 55.400 euros.

Bº = IT - CT = (p * Q) - (CF + CVMe * Q) = 162.000 - 55.400 = 106.600 euros.

6. A una empresa se le presentan dos posibilidades de inversión, la Opción 1 y la Opción 2. Si se realiza la inversión de la Opción 1 es necesario un desembolso inicial de 20.000 euros y los flujos de caja esperados son de 11.000 euros el primer año y de 12.000 euros el segundo. Por otra parte, la Opción 2 supone un desembolso inicial de 30.000 euros y los flujos de caja esperados son de 15.000 euros el primer año y de 16.000 euros el segundo. Se pide, para una tasa de descuento del 8% anual:

a) Calcule el Plazo de Recuperación o "Pay-Back", el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Rentabilidad (TIR). Indique si la Opción 1 es aceptable según los criterios VAN y TIR (1 punto).

b) Calcule el Plazo de Recuperación o "Pay-Back", el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Rentabilidad (TIR). Indique si la Opción 2 es aceptable según los criterios VAN y TIR (1 punto).

SOLUCIÓN:

a) Plazo de Recuperación = 1 año y 9 meses. Esto es, 1 año y 270 días (considerando año comercial).

VAN = -20.000 + {11.000/1,08} + {12.000/(1,08^2)} = 473,25 euros.

TIR = 9,70%

La inversión de la Opción 1 es aceptable porque su VAN es mayor que cero y su TIR mayor que el coste de capital del 8% anual.

b) Plazo de Recuperación = 1 año y 11,25 meses. Esto es, 1 año y 338 días (considerando año comercial).

VAN = -30.000 + {15.000/1,08} + {16.000/(1,08^2)} = -2.393,69 euros.

TIR = 2,19%

La inversión de la Opción 2 no es aceptable porque su VAN es menor que cero y su TIR menor que el coste de capital.

ORIENTACIONES PARA LA EVALUACIÓN DEL ACCESO A LA UNIVERSIDAD DE LA ASIGNATURA ECONOMÍA DE LA EMPRESA, basadas en Real Decreto 1105/2014, de 26 de diciembre, por el que se establece el currículo básico de la Educación Secundaria Obligatoria y del Bachillerato, y Orden PCI/12/2019, de 14 de enero, por la que se determinan las características, el diseño y el contenido de la evaluación de Bachillerato para el acceso a la Universidad, y las fechas máximas de realización y de resolución de los procedimientos de revisión de las calificaciones obtenidas en el curso 2018-2019.

Los criterios básicos de la Evaluación para el Acceso a la Universidad que se ajustan a dicha Orden y al currículo de bachillerato son:

BLOQUE 1. LA EMPRESA

La empresa y el empresario. Clasificación, componentes, funciones y objetivos de la empresa. Análisis del marco jurídico que regula la actividad empresarial. Funcionamiento y creación de valor. Interrelaciones con el entorno económico y social. Valoración de la responsabilidad social y medioambiental de la empresa.

=> Describir e interpretar los diferentes elementos de la empresa, las clases de empresas y sus funciones en la Economía, así como las distintas formas jurídicas que adoptan relacionando con cada una de ellas las responsabilidades legales de sus propietarios y gestores y las exigencias de capital.

=> Identificar y analizar los rasgos principales del entorno en el que la empresa desarrolla su actividad y explicar, a partir de ellos, las distintas estrategias y decisiones adoptadas y las posibles implicaciones sociales y medioambientales de su actividad.

Estándares de aprendizaje básicos del Bloque 1

1.1. Distingue las diferentes formas jurídicas de las empresas y las relaciona con las exigencias de capital y responsabilidades para cada tipo.

1.2. Valora las formas jurídicas de empresas más apropiadas en cada caso en función de las características concretas aplicando el razonamiento sobre clasificación de las empresas.

1.3. Analiza, para un determinado caso práctico, los distintos criterios de clasificación de empresas: según la naturaleza de la actividad que desarrollan, su dimensión, el nivel tecnológico que alcanzan, el tipo de mercado en el que operan, la fórmula jurídica que adoptan, su carácter público o privado.

1.4. Analiza la relación empresa, sociedad y medioambiente. Valora los efectos, positivos y negativos, de las actuaciones de las empresas en las esferas social y medioambiental.

BLOQUE 2. DESARROLLO DE LA EMPRESA

Localización y dimensión empresarial. Estrategias de crecimiento interno y externo. Consideración de la importancia de las pequeñas y medianas empresas y sus estrategias de mercado. Internacionalización, competencia global y tecnología. Identificación de los aspectos positivos y negativos de la empresa multinacional.

=> Identificar y analizar las diferentes estrategias de crecimiento y las decisiones tomadas por las empresas, tomando en consideración las características del marco global en el que actúan.

Estándares de aprendizaje básicos del Bloque 2

2.1. Describe y analiza los diferentes factores que determinan la localización y la dimensión de una empresa, así como valora la trascendencia futura para la empresa de dichas decisiones.

2.2. Explica y distingue las estrategias de especialización y diversificación.

2.3. Analiza las estrategias de crecimiento interno y externo a partir de supuestos concretos.

2.4. Examina el papel de las pequeñas y medianas empresas en nuestro país y valora sus estrategias y formas de actuar, así como sus ventajas e inconvenientes.

2.5 Describe las características y las estrategias de desarrollo de la empresa multinacional y valora la importancia de la responsabilidad social y medioambiental.

BLOQUE 3. ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE LA EMPRESA

La división técnica del trabajo y la necesidad de organización en el mercado actual. Funciones básicas de la dirección. Planificación y toma de decisiones estratégicas. Diseño y análisis de la estructura de la organización formal e informal. La gestión de los recursos humanos y su incidencia en la motivación. Los conflictos de intereses y sus vías de negociación.

=> Explicar la planificación, organización y gestión de los recursos de una empresa, valorando las posibles modificaciones a realizar en función del entorno en el que desarrolla su actividad y de los objetivos planteados.

Estándares de aprendizaje básicos del Bloque 3

3.1. Describe la estructura organizativa, estilo de dirección, canales de información y comunicación, grado de participación en la toma de decisiones y organización informal de la empresa.

3.2. Identifica la función de cada una de las áreas de actividad de la empresa: aprovisionamiento, producción y comercialización, inversión y financiación y recursos humanos, y administrativa, así como sus interrelaciones.

3.3. Valora la importancia de los recursos humanos en una empresa y analiza diferentes maneras de abordar su gestión y su relación con la motivación y la productividad.

BLOQUE 4. LA FUNCIÓN PRODUCTIVA

Proceso productivo, eficiencia y productividad. La investigación, el desarrollo y la innovación (I+D+i) como elementos clave para el cambio tecnológico y mejora de la competitividad empresarial. Costes: clasificación y cálculo de los costes en la empresa. Cálculo e interpretación del umbral de rentabilidad de la empresa. Los inventarios de la empresa y sus costes. Modelos de gestión de inventarios.

=> Analizar diferentes procesos productivos desde la perspectiva de la eficiencia y la productividad, reconociendo la importancia de la I+D+i.

=> Determinar la estructura de ingresos y costes de una empresa, calculando su beneficio y su umbral de rentabilidad, a partir de un supuesto planteado.

=> Describir los conceptos fundamentales del ciclo de inventario y manejar los modelos de gestión.

Estándares de aprendizaje básicos del Bloque 4

4.1. Realiza cálculos de la productividad de distintos factores, interpretando los resultados obtenidos y conoce medios y alternativas de mejora de la productividad en una empresa.

4.2. Diferencia los ingresos y costes generales de una empresa e identifica su beneficio o pérdida generado a lo largo del ejercicio económico, aplicando razonamientos matemáticos para la interpretación de resultados.

4.3. Maneja y calcula los distintos tipos de costes, ingresos y beneficios de una empresa y los representa gráficamente.

4.4. Reconoce el umbral de ventas necesario para la supervivencia de la empresa.

4.5. Analiza los métodos de análisis coste beneficio y análisis coste eficacia como medios de medición y evaluación, de ayuda para la toma de decisiones.

4.6. Identifica los costes que genera el almacén y resuelve casos prácticos sobre el ciclo de inventario.

4.7. Valora las existencias en almacén mediante diferentes métodos.

BLOQUE 5. LA FUNCIÓN COMERCIAL DE LA EMPRESA

Concepto y clases de mercado. Técnicas de investigación de mercados. Análisis del consumidor y segmentación de mercados. Variables del marketing-mix y elaboración de estrategias. Estrategias de marketing y ética empresarial. Aplicación al marketing de las tecnologías más avanzadas.

=> Analizar las características del mercado y explicar, de acuerdo con ellas, las políticas de marketing aplicadas por una empresa ante diferentes situaciones y objetivos.

Estándares de aprendizaje básicos del Bloque 5

5.1. Identifica, y adapta a cada caso concreto, las diferentes estrategias y enfoques de marketing.

5.2. Interpreta y valora estrategias de marketing, incorporando en esa valoración consideraciones de carácter ético, social y ambiental.

5.3. Aplica criterios y estrategias de segmentación de mercados en distintos casos prácticos.

BLOQUE 6. LA INFORMACIÓN EN LA EMPRESA

Obligaciones contables de la empresa. La composición del patrimonio y su valoración. Las cuentas anuales y la imagen fiel. Elaboración del balance y la cuenta de pérdidas y ganancias. Análisis e interpretación de la información contable. La fiscalidad empresarial.

=> Identificar los datos más relevantes del balance y de la cuenta de pérdidas y ganancias, explicando su significado, diagnosticando la situación a partir de la información obtenida y proponiendo medidas para su mejora.

=> Reconocer la importancia del cumplimiento de las obligaciones fiscales y explicar los diferentes impuestos que afectan a las empresas.

Estándares de aprendizaje básicos del Bloque 6

6.1. Reconoce los diferentes elementos patrimoniales y la función que tienen asignada.

6.2. Identifica y maneja correctamente los bienes, derechos y obligaciones de la empresa en masas patrimoniales.

6.3. Interpreta la correspondencia entre inversiones y su financiación.

6.4. Detecta, mediante la utilización de ratios, posibles desajustes en el equilibrio patrimonial, solvencia y apalancamiento de la empresa.

6.5. Propone medidas correctoras adecuadas en caso de detectarse desajustes.

BLOQUE 7. LA FUNCIÓN FINANCIERA

Estructura económica y financiera de la empresa. Concepto y clases de inversión. Valoración y selección de proyectos de inversión. Recursos financieros de la empresa. Análisis de fuentes alternativas de financiación interna y externa.

=> Valorar distintos proyectos de inversión, justificando razonadamente la selección de la alternativa más ventajosa, y diferenciar las posibles fuentes de financiación en un determinado supuesto, razonando la elección más adecuada.

Estándares de aprendizaje básicos del Bloque 7

7.1. Conoce y enumera los métodos estáticos (plazo de recuperación) y dinámicos (criterio del valor actual neto) para seleccionar y valorar inversiones.

7.2. Explica las posibilidades de financiación de las empresas diferenciando la financiación externa e interna, a corto y a largo plazo, así como el coste de cada una y las implicaciones en la marcha de la empresa.

7.3. Analiza y evalúa, a partir de una necesidad concreta, las distintas posibilidades que tienen las empresas de recurrir al mercado financiero.