



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

Curso **2014-2015**

Modelo

MATERIA: ECONOMÍA DE LA EMPRESA

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. Defina el concepto de estrategia de crecimiento externo de una empresa (1 punto).
2. Defina el desarrollo tecnológico y argumente por qué es un factor de mejora de la productividad de un sistema económico (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 señale tres requisitos que debe cumplir un organigrama (1 punto). Explique la clasificación de los organigramas según su forma y finalidad (1 punto).
4. Explique qué se entiende por periodo medio de maduración económico y describa cada uno de los subperiodos que lo componen (1 punto). Explique también la diferencia entre el periodo medio de maduración de una empresa comercial y de una industrial (0,5 puntos) y señale algunas medidas que la empresa puede tomar para mejorar el periodo medio de maduración (0,5 puntos).
5. Una Sociedad Anónima posee un capital social de 100.000 euros repartidos entre 80.000 acciones. La empresa ha decidido emitir 20.000 acciones nuevas a un precio igual al valor nominal de cada acción. Un accionista que posee actualmente 500 acciones desea acudir a la ampliación.
 - a) ¿Cuál será el capital social de la empresa una vez llevada a cabo la ampliación? (1 punto).
 - b) ¿Cuántas acciones nuevas podrá suscribir el accionista y a qué precio podrá adquirirlas? (1 punto).
6. Una empresa especializada en la comercialización de un instrumento musical presenta la siguiente información (en euros):
 - Existencias iniciales (01/01/2014): 1.000 unidades, con un precio unitario de 50 euros.
 - Compras (07/04/2014): 200 unidades, con un precio unitario de 55 euros.
 - Compras (11/08/2014): 150 unidades, con un precio unitario de 57 euros.
 - Ventas (30/09/2014): 800 unidades.
 - Compras (03/11/2014): 100 unidades, con un precio unitario de 60 euros.
 - Ventas (30/11/2014): 500 unidades.Calcule el valor de las existencias finales (31/12/2014) según el criterio de valoración de existencias:
 - a) Precio Medio Ponderado (1 punto).
 - b) FIFO (1 punto).

OPCIÓN B

1. Defina el concepto de autofinanciación o financiación interna (0,5 puntos) y señale los tipos de la misma (0,5 puntos).
2. Defina el concepto de flujo neto de caja de una inversión, en un periodo de tiempo (1 punto).
3. Considere los siguientes cambios que se han producido en el entorno de una cadena hotelera española, y explique en cada caso si se trata de cambios en el entorno genérico o específico: (a) un aumento de los conflictos políticos en Oriente Medio, que hace que un mayor número de turistas extranjeros se interesen por España (0,5 puntos); (b) la implantación de una tasa hotelera de 1 euro por persona y noche establecida por los ayuntamientos de algunas ciudades españolas (0,5 puntos); (c) una apreciación del euro que encarece la estancia en España para los turistas no europeos (0,5 puntos); (d) una reducción de los costes salariales en España, como consecuencia de la crisis económica y la reforma laboral (0,5 puntos).
4. ¿Qué es la segmentación de mercado y para qué se segmenta un mercado? (1 punto). Las personas jubiladas forman un segmento al que se dirigen numerosas empresas para venderles sus productos. Indique cómo sería el marketing mix que recomendaría a una agencia de viajes interesada en este segmento (1 punto).

5. La empresa comercial DISTRIBUCIONES S.A., presenta la siguiente información recogida en las cuentas anuales del ejercicio que ha finalizado el 31 de diciembre, expresada en unidades monetarias (u.m.):

Consumo de mercaderías (compras)	800
Suministros de agua y luz	160
Gastos financieros	320
Amortización del inmovilizado	140
Gastos de mano de obra	400
Ingreso por ventas	2.500

El activo total de la empresa tiene un importe 5.000 u.m. y sus fondos ajenos totales suman 3.096 u.m.

Suponiendo que el tipo impositivo correspondiente al impuesto de sociedades es del 30%. Se pide:

- a) Calcule el resultado de la explotación y el beneficio neto o resultado del ejercicio (1 punto).
 - b) Calcule la rentabilidad económica y la rentabilidad financiera. Comente brevemente el significado de cada una de ellas (1 punto).
6. Una empresa comercializa un determinado producto. Compra a su proveedor cada unidad que comercializa, a un precio de 150 €. La empresa se está planteando la producción del bien que distribuye. La valoración del coste que supondría esta opción, arroja los siguientes resultados:
 - Materias primas: 25 € por cada unidad producida.
 - Amortización de la maquinaria: 4.000 € mensuales.
 - Costes salariales: 100.000 € mensuales.
 - Energía: 11 € por unidad producida.
 - Alquileres y otros: 10.000 € mensuales.
- Se pide:
- a) A partir de qué cantidad de venta al mes le interesaría a la empresa la fabricación del producto (1 punto).
 - b) Si la empresa vendiera 1.500 unidades mensuales, por debajo de qué precio por unidad debería ofrecerle el proveedor el producto para que a la empresa le interesara más dedicarse exclusivamente a la comercialización (1 punto).

ECONOMÍA DE LA EMPRESA

CRITERIOS ESPECÍFICOS DE CORRECCIÓN Y CALIFICACIÓN

OPCIÓN A

1. El alumno debe conocer la definición de estrategia de crecimiento externo.
2. El alumno debe saber definir desarrollo tecnológico y argumentar por qué es un factor que afecta a la productividad de un sistema económico.
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 conocer el concepto de Periodo Medio de Maduración Económico y debe saber cómo las empresas pueden reducirlo.
5. El alumno debe saber calcular, ante una ampliación de capital de una Sociedad Anónima, el capital social después de la ampliación. También debe conocer como se obtiene, para el accionista antiguo, el número de acciones que le corresponden y su precio.
6. El alumno debe saber calcular el valor de las existencias finales aplicando los dos métodos PMP y FIFO.

OPCIÓN B

1. El alumno debe conocer el concepto de autofinanciación y sus tipos.
2. El alumno debe conocer el concepto financiero de flujo neto de caja de una inversión.
3. El alumno debe saber clasificar y explicar por qué determinados cambios del entorno corresponden al entorno genérico o específico de una empresa de un sector concreto.
4. El alumno debe conocer qué se entiende por segmentación y por marketing mix. También debe saber aplicar dichos conocimientos al ejemplo señalado.
5. El alumno debe saber diferenciar los distintos resultados y beneficios de una empresa y debe utilizarlos para valorar la rentabilidad económica y financiera.
6. El alumno debe saber construir la ecuación básica de costes para una empresa, y utilizarla para obtener información que le ayude en su toma de decisiones.

ECONOMÍA DE LA EMPRESA

SOLUCIONES

OPCIÓN A

1. Defina el concepto de estrategia de crecimiento externo de una empresa (1 punto).

SOLUCIÓN:

La estrategia de crecimiento externo consiste en ampliar el tamaño de la empresa mediante la adquisición de otras empresas o a través de fusionarse con ellas. Por ejemplo, un fabricante de ordenadores puede adquirir a otro fabricante y así aumentar su capacidad de producción. Una empresa comercial podría también adquirir otra empresa comercial y así ampliar su red de establecimientos comerciales.

2. Defina el desarrollo tecnológico y argumente por qué es un factor de mejora de la productividad de un sistema económico (1 punto).

SOLUCIÓN:

El desarrollo tecnológico es el mejor conocimiento tecnológico sobre los procedimientos para producir bienes y servicios. Implica la obtención de un aumento de eficiencia de dichos procedimientos, esto es, a igualdad de recursos productivos, el desarrollo tecnológico implica una mayor producción (mejora de la productividad).

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 señale tres requisitos que debe cumplir un organigrama (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 dan 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. Explique qué se entiende por periodo medio de maduración económico y describa cada uno de los subperiodos que lo componen (1 punto). Explique también la diferencia entre el periodo medio de

maduración de una empresa comercial y de una industrial (0,5 puntos) y señale algunas medidas que la empresa puede tomar para mejorar el periodo medio de maduración (0, 5 puntos).

SOLUCIÓN:

Periodo medio de maduración económico (PMM económico) es el tiempo que transcurre desde que entran las mercancías en el almacén de la empresa hasta que los clientes pagan el importe de las ventas de productos.

Se compone de los siguientes subperiodos:

- PM de aprovisionamiento (PMMa): es el número medio de días que generalmente permanecen en el almacén las materias primas que van a ser utilizadas.
- PM de fabricación (PMMf): es el número medio de días que normalmente se tarda en fabricar los productos.
- PM de venta (PMMv): es el número medio de días que se tarda en vender el producto.
- PM de cobro (PMMc): es el número medio de días que se tarda en cobrar a los clientes.

$PMM \text{ económico} = PMMa + PMMf + PMMv + PMMc$

La diferencia entre el periodo medio de una empresa comercial y una industrial, es que en la empresa comercial sólo tienen las fases de almacenamiento, venta y cobro.

Son mejores para la empresa los periodos de maduración cortos, por lo que tendría que realizar acciones encaminadas a reducir los subperiodos, como por ejemplo mejorar el sistema de almacenaje o de producción, cobrar antes a sus clientes, realizar campañas publicitarias para vender antes, etc.

5. Una Sociedad Anónima posee un capital social de 100.000 euros repartidos entre 80.000 acciones. La empresa ha decidido emitir 20.000 acciones nuevas a un precio igual al valor nominal de cada acción. Un accionista que posee actualmente 500 acciones desea acudir a la ampliación.

- a) ¿Cuál será el capital social de la empresa una vez llevada a cabo la ampliación? (1 punto).
- b) ¿Cuántas acciones nuevas podrá suscribir el accionista y a qué precio podrá adquirirlas? (1 punto).

SOLUCIÓN:

- a) El capital social será $100.000 + (20.000 * (100.000 / 80.000)) = 125.000$ euros.
- b) El número de acciones que podrá adquirir será $20.000 * 500 / 80.000 = 125$ acciones. Puesto que la emisión es a la par, el precio que pagará será igual al valor nominal, es decir 1,25 euros por acción ($100.000 / 80.000$).

6. Una empresa especializada en la comercialización de un instrumento musical presenta la siguiente información (en euros):

- Existencias iniciales (01/01/2014): 1.000 unidades, con un precio unitario de 50 euros.
- Compras (07/04/2014): 200 unidades, con un precio unitario de 55 euros.
- Compras (11/08/2014): 150 unidades, con un precio unitario de 57 euros.
- Ventas (30/09/2014): 800 unidades.
- Compras (03/11/2014): 100 unidades, con un precio unitario de 60 euros.
- Ventas (30/11/2014): 500 unidades.

Calcule el valor de las existencias finales (31/12/2014) según el criterio de valoración de existencias:

- a) Precio Medio Ponderado (1 punto).
- b) FIFO (1 punto).

SOLUCIÓN:

	Unidades	Precio unitario
Existencias iniciales	1.000	50
Compras (07/04/2014)	200	55
Compras (11/08/2014)	150	57
Ventas (30/09/2014)	800	
Compras (03/11/2014)	100	60
Ventas (30/11/2014)	500	

- a) Valoración de existencias según el criterio Precio Medio Ponderado:
 $PMP = (1.000 * 50 + 200 * 55 + 150 * 57 + 100 * 60) / (1.000 + 200 + 150 + 100) = 52,1€ / ud.$
 $1450 - 1300 = 150$ unidades de existencias finales

Valor de las Existencias finales: 150 unidades físicas * 52,1€/ud. = 7.815 euros.

b) Según el criterio FIFO:

Existencias finales = $50 * 57 + 100 * 60 = 8.850$ euros.

OPCIÓN B

1. Defina el concepto de autofinanciación o financiación interna (0,5 puntos) y señale los tipos de la misma (0,5 puntos).

SOLUCIÓN:

La financiación interna o autofinanciación está constituida por los beneficios no distribuidos y que se retienen en la empresa para financiar la ampliación o el mantenimiento de su actividad.

Autofinanciación de enriquecimiento: son los beneficios retenidos en forma de reservas.

Autofinanciación de mantenimiento: recoge las dotaciones a las amortizaciones, su finalidad es el mantenimiento de la capacidad productiva de la empresa.

2. Defina el concepto de flujo neto de caja de una inversión, en un periodo de tiempo (1 punto).

SOLUCIÓN:

Las inversiones se caracterizan, desde el punto de vista financiero, por la corriente de pagos y cobros que generan en la empresa mientras dura la inversión.

El flujo neto de caja de una inversión es la diferencia entre los cobros y los pagos que la empresa realiza en todo el periodo que dura la inversión. Dentro de los pagos no se tienen en cuenta los gastos financieros que originan los capitales invertidos en el proyecto de inversión.

3. Considere los siguientes cambios que se han producido en el entorno de una cadena hotelera española, y explique en cada caso si se trata de cambios en el entorno genérico o específico: (a) un aumento de los conflictos políticos en Oriente Medio, que hace que un mayor número de turistas extranjeros se interesen por España (0,5 puntos); (b) la implantación de una tasa hotelera de 1 euro por persona y noche establecida por los ayuntamientos de algunas ciudades españolas (0,5 puntos); (c) una apreciación del euro que encarece la estancia en España para los turistas no europeos (0,5 puntos); (d) una reducción de los costes salariales en España, como consecuencia de la crisis económica y la reforma laboral (0,5 puntos).

SOLUCIÓN:

El aumento de los conflictos políticos en Oriente Medio corresponde al entorno genérico ya que, además de afectar a todo el sector hotelero, también afecta a otros sectores de actividad, como por ejemplo empresas industriales que exportaban a estos países de Oriente Medio y ven reducidas sus ventas.

La implantación de la tasa hotelera, por el contrario, se refiere al entorno específico, ya que afecta exclusivamente a los hoteles. En concreto, al encarecerse el precio de la habitación en estas ciudades, puede producirse una reducción de la demanda para las empresas hoteleras.

La apreciación del euro y la reducción de los costes salariales en España tienen que ver con el entorno genérico, ya que afectan no sólo a las empresas hoteleras, sino también a muchas otras empresas de otros sectores de actividad. Por ejemplo, la apreciación del euro afectará a todas las empresas exportadoras (ya que sus ventas en el extranjero se reducirán) y a todas las empresas importadoras (ya que el precio de los productos que importan se reducirá). La reducción de los costes salariales en España afecta a todas las empresas españolas que tienen empleados o que se están planteando contratar: por tanto, no afecta sólo al sector hotelero.

4. ¿Qué es la segmentación de mercado y para qué se segmenta un mercado? (1 punto). Las personas jubiladas forman un segmento al que se dirigen numerosas empresas para venderles sus productos. Indique cómo sería el marketing mix que recomendaría a una agencia de viajes interesada en este segmento (1 punto).

SOLUCIÓN:

La segmentación es la división del mercado en grupos homogéneos.

Un mercado se segmenta para atender mejor las necesidades de un grupo homogéneo o segmento (más adaptado a sus necesidades).

Un posible marketing mix recomendable para el segmento de personas jubiladas sería:

- a- Producto: zonas cálidas, con excursiones culturales a los alrededores ya programadas y cómodas.

- b- Precio: Reducido a tenor de su poder adquisitivo.
 - c- Promoción: A través de centros de la tercera edad (vendedores), publicidad en periódicos locales etc.
 - d- Distribución: A través de la propia agencia de viajes.
5. La empresa comercial DISTRIBUCIONES S.A., presenta la siguiente información recogida en las cuentas anuales del ejercicio que ha finalizado el 31 de diciembre, expresada en unidades monetarias (u.m.):

Consumo de mercaderías (compras)	800
Suministros de agua y luz	160
Gastos financieros	320
Amortización del inmovilizado	140
Gastos de mano de obra	400
Ingreso por ventas	2.500

El activo total de la empresa tiene un importe 5.000 u.m. y sus fondos ajenos totales suman 3.096 u.m.

Suponiendo que el tipo impositivo correspondiente al impuesto de sociedades es del 30%. Se pide:

- a) Calcule el resultado de la explotación y el beneficio neto o resultado del ejercicio (1 punto).
- b) Calcule la rentabilidad económica y la rentabilidad financiera. Comente brevemente el significado de cada una de ellas (1 punto).

SOLUCIÓN:

a) Cálculo de resultados

Ventas	2.500
-Consumo de mercaderías	-800
-Gastos de Mano de Obra	-400
-Suministros	-160
-Amortización del inmovilizado	-140
Beneficio de la explotación	1.000
-Gastos financieros	-320
Beneficio antes de impuestos	680
-Impuestos (30%)	-204
Beneficio Neto	476

b) Rentabilidad económica = Beneficio de la explotación / Activo Total = 1.000 / 5.000 = 0,20 (20%)

Rentabilidad financiera = Bº neto / Fondos propios o Patrimonio Neto = 476 / 1.904 = 0,25 (25%)

La rentabilidad económica mide la gestión de los activos, relaciona el beneficio de la explotación con los medios puestos a disposición de los administradores para gestionar la empresa.

La rentabilidad financiera va dirigida a informar fundamentalmente a los accionistas sobre la renta obtenida con los recursos propios puestos a disposición de la empresa.

6. Una empresa comercializa un determinado producto. Compra a su proveedor cada unidad que comercializa, a un precio de 150 €. La empresa se está planteando la producción del bien que distribuye. La valoración del coste que supondría esta opción, arroja los siguientes resultados:

Materias primas: 25 € por cada unidad producida.

Amortización de la maquinaria: 4.000 € mensuales.

Costes salariales: 100.000 € mensuales.

Energía: 11 € por unidad producida.

Alquileres y otros: 10.000 € mensuales.

Se pide:

- a) A partir de qué cantidad de venta al mes le interesaría a la empresa la fabricación del producto (1 punto).
- b) Si la empresa vendiera 1.500 unidades mensuales, por debajo de qué precio por unidad debería ofrecerle el proveedor el producto para que a la empresa le interesara más dedicarse exclusivamente a la comercialización (1 punto).

SOLUCIÓN:

a) $Costes_T = 25x + 4.000 + 100.000 + 11x + 10.000 = 114.000 + 36x$

$$Coste_{Unitario} = \frac{114.000 + 36x}{x} \leq 150 \Rightarrow x \geq 1.000$$

Es decir, debería vender más de 1.000 unidades mensuales para que interesara la fabricación.

b) $Coste_{Unitario} = \frac{114.000 + 36x}{x}$

Para $x = 1.500$ el coste unitario es de 112 €, de modo que el proveedor debería ofrecerle un precio por debajo de dicha cantidad.

Economía de la empresa	PROGRAMA
CURSO:2014-2015	<p>Currículo oficial: <i>DECRETO 67/2008, de 19 de junio, del Consejo de Gobierno, por el que se establece el currículo del Bachillerato para la Comunidad de Madrid (BOCM, 27 de junio 2008).</i></p> <p>Recomendaciones para la Prueba de Acceso a Estudios Universitarios</p>

CONTENIDOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<p><i>1. La empresa.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - La empresa y el empresario. - Clasificación, componentes, funciones y objetivos de la empresa. - Funcionamiento y creación de valor: La cadena de valor. - Interrelaciones de la empresa con su entorno general y específico. - Las fuerzas competitivas básicas. La estrategia competitiva de la empresa. - Análisis del marco jurídico que regula la actividad empresarial. - Valoración de la responsabilidad social y medioambiental de la empresa. 	<p>Conocer e interpretar los diversos componentes de la empresa, sus tipos, funciones e interrelaciones con su entorno, valorando la aportación de cada uno de ellos según el tipo de empresa</p>
<p><i>2. Desarrollo de la empresa.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Análisis de los factores de localización y dimensión de la empresa. - Consideración de la importancia de las pequeñas y medianas empresas y sus estrategias de mercado. - Estrategias de desarrollo: Especialización y diversificación; integración vertical y subcontratación; crecimiento interno y externo. - La internacionalización, la competencia global y las tecnologías de la información. - Identificación de los aspectos positivos y negativos de la empresa multinacional. 	<p>Identificar los rasgos principales del sector en que la empresa desarrolla su actividad y explicar, a partir de ellos, las distintas estrategias y decisiones adoptadas, valorando las posibles implicaciones sociales y medioambientales.</p>
<p><i>3. Organización y dirección de la empresa.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - 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. - Modelos de gestión y liderazgo. - Diseño y análisis de la estructura de la organización formal e informal. 	<p>Describir la organización de una empresa y sus posibles modificaciones en función del entorno en el que desarrolla su actividad, diferenciando entre organización formal e informal.</p>

<ul style="list-style-type: none"> - La gestión de los recursos humanos y su incidencia en la motivación. - Los conflictos de intereses y sus vías de negociación. 	
<p><i>4. La función productiva.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - El proceso productivo: Tipos de sistemas productivos. - Eficiencia y productividad. - Importancia de la innovación tecnológica: I + D + i. - Costes: Clasificación y cálculo de los costes en la empresa. - El equilibrio de la empresa en el supuesto de competencia perfecta. - Cálculo e interpretación del umbral de rentabilidad de la empresa. - Los inventarios y su gestión. - Valoración de las externalidades de la producción. Análisis y valoración de las relaciones entre producción y medio ambiente y de sus consecuencias para la sociedad. 	<p>Determinar para un caso sencillo la estructura de ingresos y costes de una empresa y calcular sus beneficios o pérdidas y su umbral de rentabilidad.</p>
<p><i>5. La función comercial de la empresa.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Evolución de la función comercial. - Concepto y clases de mercado. - Técnicas de investigación de mercados. - Análisis del consumidor y segmentación de mercados. - Mercado objetivo y posicionamiento. - Variables del marketing-mix y elaboración de estrategias. - Estrategias de marketing y ética empresarial. - Aplicación al marketing de las tecnologías de la información y la comunicación. 	<p>Analizar las características del mercado al que se dirige la empresa y explicar, de acuerdo con ellas, las políticas de marketing aplicadas por una empresa ante diferentes situaciones y objetivos.</p>
<p><i>6. La información en la empresa.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - 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. - Del balance social al balance ético: La responsabilidad corporativa. - La fiscalidad empresarial. 	<p>Identificar los datos más relevantes del balance y de la cuenta de pérdidas y ganancias, explicar su significado, diagnosticar su situación a partir de la información obtenida y proponer medidas para su mejora.</p>

<p><i>7. La función financiera.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Estructura económica y financiera de la empresa. - Análisis financiero de la empresa: El fondo de maniobra. - El ciclo de explotación y el período medio de maduración. - 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. - Cálculo e interpretación de indicadores de rentabilidad económica y de equilibrio financiero. 	<p>Diferenciar las posibles fuentes de financiación de la empresa y razonar sobre sus ventajas e inconvenientes en función del tipo de empresa.</p> <p>Valorar distintos proyectos de inversión sencillos y justificar razonadamente la selección de la alternativa más ventajosa.</p>
<p><i>8. Proyecto empresarial.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Proceso de creación de una empresa: Idea, constitución y viabilidad elemental. - El plan de empresa: Objetivos y elementos. - Análisis de ejemplos de planes de empresa y valoración de su utilidad como instrumento de análisis económico-financiero. 	<p>Analizar situaciones generales de empresas reales o imaginarias aplicando los conocimientos empresariales adquiridos y utilizando los recursos materiales adecuados y las tecnologías de la información.</p> <p>Diseñar y planificar un proyecto empresarial sencillo, con actitud emprendedora y creatividad, evaluando su viabilidad económica y financiera.</p>