

PRUEBA ACCESO A CICLOS FORMATIVOS DE GRADO SUPERIOR

Septiembre 2018

OPCIÓN A: ECONOMÍA DE LA EMPRESA

DATOS DEL ASPIRANTE		CALIFICACIÓN PRUEBA
Apellidos:		Nombre:
DNI o Pasaporte:	Fecha de nacimiento: / /	

Instrucciones:

- **Has de contestar a cuatro preguntas de las cinco que se proponen, una de las cuales puede ser obligatoria (en este caso la número 5).**
- **Lee atentamente las preguntas antes de contestar y selecciona las que vayas a realizar.**
- **Revisa cuidadosamente la prueba antes de entregarla.**

1. Como sabemos, la función comercial en la empresa es esencial y, cada vez más, resulta clave para la consecución de sus objetivos y su desempeño en la economía actual. En relación con dicha función comercial, contesta a las siguientes cuestiones que se plantean:

(2,5 puntos; 1 el apartado A y 0,5 los apartados B, C y D)

A. Explica muy brevemente la evolución de la función comercial desde la Revolución industrial hasta la actualidad.

Brevemente podemos señalar las siguientes etapas en su evolución:

- 1- Desde la Revolución industrial hasta las primeras décadas del siglo XX predominó una orientación hacia la producción. Se buscaba alcanzar un gran volumen de producción con el menor coste posible. La venta era un problema menor en mercados desabastecidos.
- 2- A medida que se cubrieron las necesidades, creció la competencia. Nos situamos en la segunda mitad del siglo XX con el desarrollo de la producción en serie y el consumo en masa. Entonces la función comercial de la empresa se orientó a las ventas. Este enfoque dio lugar con el tiempo a una visión peyorativa del *marketing* en la medida en que este se ocupa sobre todo de vender sea como sea.
- 3- Actualmente las empresas tienden a orientarse al cliente. Es el llamado *marketing* relacional en que lo primordial es identificar necesidades de los consumidores para luego encontrar y ofrecerles productos adecuados. En un mercado ya saturado, la empresa ha de orientarse hacia la diferenciación para obtener ventajas competitivas. Así, el objetivo de la empresa se centra no solo en atraer nuevos clientes, sino también en retenerlos; es decir, conseguir su fidelización. Para ello, las empresas deben mantener, cuidar y enriquecer en lo posible su relación con el cliente: atender sus quejas y sugerencias, ofrecerle ventajas exclusivas, prestarle servicios adicionales, pedirle su opinión, agradecerle su confianza mediante detalles y atenciones...
- 4- Finalmente, se puede observar cómo se extiende un enfoque social y medioambiental, donde las empresas se orientan a lograr la satisfacción y el bienestar a largo plazo de sus clientes contribuyendo también al bienestar de la sociedad y del medioambiente. Esta novedosa etapa del *marketing* se suele denominar *marketing* con causa, el cual es criticado ya que a veces su mensaje de preocupación por la Naturaleza o por la mejora de los más desfavorecidos no se corresponde con las prácticas reales de las empresas.

B. Explica qué es y cuál es la utilidad fundamental de la segmentación de mercados.

Se puede definir a la segmentación de mercados como la subdivisión del mercado en una serie de grupos homogéneos, esto es, que presenten características similares en función de una o varias variables (edad, sexo...), con el fin de poder aplicar a cada grupo las estrategias más adecuadas para conseguir los objetivos de la empresa. En definitiva, la segmentación implica analizar las necesidades del consumidor identificando la diversidad de perfiles y necesidades de los clientes. Su utilidad principal es que se trata de una estrategia para incrementar las ventas y lograr mayores cuotas de mercado, así como alcanzar un mayor poder de mercado en base a la diferenciación de los productos.



C. Identifica qué tipo de criterio de segmentación (demográfico, geográfico, socioeconómico, de comportamiento de compra o psicográfico) se corresponde con cada una de las siguientes variables:

- Segmentar entre clientes que viven en casas y en pisos: **Geográfico.**
- Ofrecer un producto en envases familiares e individuales: **Demográfico.**
- Ofrecer productos con diferentes niveles de calidad y precio: **De comportamiento de compra (motivación de la compra).**
- Segmentar entre clientes según su estilo de vida: **Psicográfico o conductual.**
- Ofrecer productos de lujo: **Socioeconómico.**

D. Explica qué es el *marketing mix* e identifica los cuatro elementos fundamentales que lo componen.

El *marketing mix* es el conjunto de herramientas y variables que tiene el responsable de *marketing* de una organización para cumplir con los objetivos de la empresa. Está compuesto por la totalidad de las estrategias de *marketing* y un análisis de estrategia de aspectos internos. Se analizan cuatro variables básicas de su actividad: producto, precio, distribución y promoción (conocidas como las "4P": Product, Price, Place y Promotion):

- Producto - ¿Qué vendo?: se trata de determinar qué atributos caracterizan a su producto o servicio (estilo, marca, envase, calidad, diseño...).
- Precio - ¿A cuánto lo vendo?: las decisiones sobre el precio son determinantes en la respuesta de los consumidores y de ahí su importancia. Para tomar estas decisiones se estudian los costes, los precios de la competencia, la capacidad adquisitiva de los potenciales clientes...
- Distribución - ¿Dónde lo vendo?: son las decisiones relativas a cómo llevar sus productos a los consumidores, si directamente o a través de intermediarios -externalización-, en grandes superficies o en tiendas especializadas, a través de Internet...
- Comunicación - ¿Cómo lo conocerán?: se trata de informar sobre los puntos anteriores y además persuadir a los clientes potenciales para que se decidan a adquirir el producto. Esto incluye:

Publicidad.

Promoción de ventas.

Venta personal o fuerza de ventas de la empresa.

Relaciones Públicas.

Las decisiones sobre las 4P están claramente interrelacionadas y se han visto muy afectadas por la irrupción de las nuevas tecnologías.

2. Contesta a las siguientes cuestiones:

(2,5 puntos; 1 el apartado A y 1,5 el B)

A. Indica el concepto al que se refieren las siguientes definiciones:

- Masa patrimonial que recoge los recursos propios de la empresa.

Patrimonio neto

- Capacidad productiva o máximo nivel de producción de una empresa alcanzado en un período de tiempo.

Dimensión o tamaño de una empresa.

- Conjunto de factores que rodean a la empresa y que afecta de modo general al tejido empresarial de una determinada economía.

Entorno general.



- Indicador más utilizado para medir la eficiencia de una empresa, es la relación entre la producción obtenida (bienes finales, intermedios o servicios) y los factores productivos utilizados (recursos humanos, insumos, etc.).

Productividad.

- Son los beneficios no distribuidos por la empresa, con los que pueden hacerse nuevas inversiones y, por tanto, favorecer el crecimiento de la empresa, por ello también reciben el nombre de autofinanciación de enriquecimiento.

Reservas.

B. Indica si las siguientes afirmaciones son verdaderas o falsas y justifica tu respuesta realizando los cálculos oportunos:

- Según el criterio del VAN se rechazaría un proyecto de inversión caracterizado por un desembolso inicial de 1.000 €, con una tasa de actualización o descuento del 9% y que produce durante cuatro años los siguientes flujos de caja:

Año 1: 300 €

Año 2: 350 €

Año 3: 250 €

Año 4: 200 €

$$\begin{aligned} \text{VAN A} &= -1.000 + 300 / (1,09) + 350 / (1,09)^2 + 250 / (1,09)^3 + 200 / (1,09)^4 = \\ &= -1.000 + 275,229 + 294,588 + 193,046 + 141,685 = -95,452 \text{ €} \end{aligned}$$

Al salir un valor del VAN negativo el criterio del VAN rechazaría el proyecto, por tanto, la afirmación del enunciado es VERDADERA.

- Según el criterio del *Payback* se rechazaría un proyecto de inversión caracterizado por un desembolso inicial de 1.000 € y que produce durante cuatro años los siguientes flujos de caja:

Año 1: 300 €

Año 2: 350 €

Año 3: 250 €

Año 4: 200 €

Plazo de Recuperación = 3 años y 6 meses

$$\begin{array}{l} 200 \text{ ——— } 12 \text{ meses} \\ 100 \text{ ——— } x \end{array} \quad x = 100 \cdot 12 / 200 = 6 \text{ meses}$$

La inversión inicial se llega a recuperar según el criterio del *pay-back* que es un método estático de selección de inversiones, por tanto, este criterio aceptaría como viable el proyecto de inversión y, de este modo, la afirmación del enunciado es FALSA.



3. La función de producción es fundamental en cualquier empresa, de hecho, la Economía la define como unidad básica de producción. Responde a las siguientes cuestiones relacionadas con la producción: (2,5 puntos; 1 los apartados A y C y 0,5 el B)

A. Cita y explica brevemente dos tipos de procesos productivos que se pueden desarrollar en las empresas.

1 Proceso por proyectos:

Supone la fabricación de un producto exclusivo, lo que conlleva diseñar un proceso único para cada proyecto. Son procesos largos y complejos. Un importante ejemplo es la construcción (aérea, naval, promociones de viviendas...) Otro ejemplo es la producción de una película.

2 Producción intermitente:

Dentro de este tipo de procesos vamos a diferenciar:

Producción por talleres: Se trabaja en lotes pequeños de una gran cantidad de productos que se adaptan a las características que el cliente señala. Son procesos habituales en empresas de servicios como reparación de automóviles o electrodomésticos, sanidad...

Producción por lotes: También se trabaja con lotes variados, pero hay mayor automatización. Es un sistema conocido como producción en centros de trabajo. Cada lote llega a un centro de trabajo para una operación y cuando se completa se traslada al siguiente centro. Este tipo de proceso se sigue en la industria farmacéutica, de equipos pesados...

3 Producción en serie:

Dentro de este tipo de procesos vamos a diferenciar:

Producción en masa: Las máquinas y centros de trabajo se sitúan unos a continuación de otros, según la secuencia de tareas a realizar. Ejemplos de este tipo de producción es: la fabricación de automóviles, calculadoras, bolígrafos...

Producción continua: El producto va pasando por una serie de operaciones distintas de forma continua, sin apenas paradas en el proceso de producción. Requiere alta automatización y está en funcionamiento las 24 horas del día. Ejemplos de esto son la industria del acero y el papel.

B. Explica qué variables relaciona matemáticamente la denominada "Función de Producción".

La función de producción es la relación matemática que existe entre el producto obtenido y la combinación de factores que se utilizan en su obtención.

Utilizando un proceso tecnológico concreto, la función de producción nos indica la cantidad de producto Q que una empresa puede obtener en función de unos factores de producción determinados. Simplificando imaginaremos una función de producción formada por la combinación de dos factores, capital (K) y trabajo (L). Su función de producción viene definida de la siguiente forma:

$$Q = f(K, L)$$

Cada empresa establece una función de producción diferente aunque presentará las características comunes de su sector.

C. La empresa RAMSA tiene unos costes fijos de 5.000 €, un coste variable unitario de 100 € para la producción de pupitres escolares. Los pupitres se venden en el mercado a un precio de 150 € cada uno. Calcula el punto muerto de la empresa, interprétalo, realiza la representación gráfica correspondiente de las funciones de ingresos, costes fijos, costes variables, costes totales y explícala.

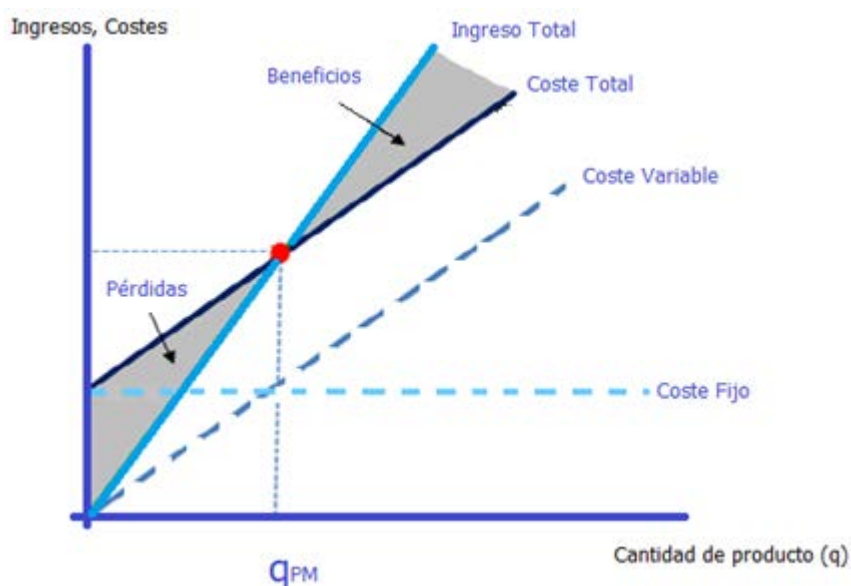
Llamamos punto muerto o umbral de rentabilidad a aquella cantidad producida y vendida que hace que los beneficios de la empresa sean cero, para cantidades inferiores la empresa obtendrá pérdidas y para cantidades superiores beneficios.

Cantidad de punto muerto o umbral de rentabilidad: $q_{PM} = \text{Costes Fijos} / (\text{Precio unitario de venta} - \text{Coste variable unitario}) = 5.000 / (150 - 100) = 100$ pupitres.

Es decir, la empresa empezará a obtener beneficios cuando venda más de 100 pupitres, para cantidades inferiores obtendrá pérdidas y, justo para las 100 unidades, no tendrá ni beneficios ni pérdidas.



Representación gráfica:



4. La función financiera de una empresa es fundamental y está muy relacionada con los ciclos en la empresa. Respecto a ellos, contesta a las siguientes cuestiones:
(2,5 puntos; 0,5 los apartados A, B y C y 1 el D)

A. Expón cuáles son los dos grandes ciclos que se pueden identificar en el funcionamiento de una empresa.

El **ciclo corto o de explotación** es el ciclo de la actividad normal que se desarrolla en la empresa y que constituye su objeto. Una frutería comienza su ciclo con la compra de la fruta en el mercado finalista. Finaliza el ciclo con la venta de las frutas y verduras y su correspondiente cobro. El ciclo corto se denomina ciclo dinero-mercancías dinero. Comienza con la adquisición de las materias primas (empresas de producción de bienes), de mercancías (empresas comerciales) o de otros aprovisionamientos (sector servicios). A continuación se produce, posteriormente se venden los bienes o servicios realizados y finalmente se cobra.

El **ciclo largo** se relaciona con las inversiones en bienes del activo no corriente, instalaciones, maquinaria, vehículos... Estos bienes han generado desembolsos importantes. Son bienes duraderos, que se prolongan durante un ciclo corto, y otro, y otro... pero que progresivamente se deprecian y finalmente hay que reponer.

B. Define el concepto de amortización de un activo y di con cuál de los ciclos anteriores se relaciona.

La amortización es la depreciación normal y sistemática que siguen los bienes del activo no corriente en su empleo en el proceso productivo, en consecuencia, se trata de un concepto que se relaciona con el ciclo largo de la empresa.

C. Explica las principales causas que provocan la depreciación de los activos de una empresa y que justifican la necesidad de realizar su amortización.

Las principales causas de esta depreciación son:

Depreciación por desgaste. Debida al uso del bien lo que le produce un deterioro físico.

Depreciación por el paso del tiempo. Que produce igualmente un deterioro físico en los bienes independientemente del uso que se les dé.

Obsolescencia (técnica o económica). Depreciación por la aparición de nuevas técnicas que convierten en anticuado un bien en cuestión.



- D.** Define y explica la diferencia entre el Periodo Medio de Maduración Económico y el Periodo Medio de Maduración Financiero, citando los distintos subperiodos que los componen y su cálculo en base a dichos subperiodos.

El periodo medio de maduración económico es el tiempo que normalmente se emplea en el ciclo de la explotación o ciclo dinero-mercancías-dinero, desde que los aprovisionamientos entran en el almacén hasta que se cobra por las mercancías vendidas.

Está formado, en el caso de una empresa industrial, por los siguientes subperiodos: periodo medio de aprovisionamiento, periodo medio de producción, periodo medio de venta y periodo medio de cobro. Su cálculo sería entonces:

$$PME = PMa + PMf + PMv + PMc$$

Periodo de maduración financiero: representa el periodo de tiempo del ciclo de explotación que, en promedio, ha de financiar la propia empresa.

Está formado, en el caso de una empresa industrial, por los siguientes subperiodos: Periodo medio de aprovisionamiento, periodo medio de producción, periodo medio de venta, periodo medio de cobro y periodo medio de pago (que irá restando). Su cálculo sería entonces:

$$PMF = PMa + PMf + PMv + PMc - PMp$$

O lo que es lo mismo:

$$PMF = PME - PMp$$

Si se tratase de una empresa comercial, solo consideraríamos los periodos medios de venta, cobro y pago al no tener que realizar la producción de los bienes a vender.

5. Ejercicio obligatorio

Las cuentas anuales de la empresa deben ser una imagen fiel de su realidad económica y patrimonial. Uno de los elementos fundamentales de dichas cuentas es el balance de situación de la empresa y la información que de él se puede deducir. Realiza las cuestiones siguientes en función de la información recogida en la siguiente tabla y valorada en euros:

(2,5 puntos; 1,5 el apartado A y 0,5 los apartados B y C)

Caja, euros	10.000	Propiedad industrial	30.000
Maquinaria	200.000	Reservas voluntarias	60.000
Equipos informáticos	50.000	Deudas a c/p con entidades de crédito	35.000
Banco cuenta corriente, euros	25.000	Clientes, efectos comerciales a cobrar	20.000
Préstamos a largo plazo con entidades de crédito	50.000	Proveedores, efectos comerciales a pagar	45.000
Productos terminados	75.000	Materias primas	40.000
Inversiones financieras temporales	8.000	Capital social	A determinar



- A.** Elabora el balance de situación ordenando y agrupando en las principales masas y submasas patrimoniales y determina la cifra del Capital Social de esta empresa.

ACTIVO TOTAL	PATRIMONIO NETO Y PASIVO TOTAL
A) ACTIVO NO CORRIENTE..... 280.000 INMOVILIZADO INTANGIBLE Propiedad industrial..... 30.000 INMOVILIZADO MATERIAL Maquinaria200.000 Equipos informáticos..... 50.000 B) ACTIVO CORRIENTE..... 178.000 EXISTENCIAS Materias primas..... 40.000 Productos terminados..... 75.000 REALIZABLE Clientes, Ef. Com. A Cobrar..... 20.000 INVERSIONES FINANC. TEMP. Inv. Financ. Temp. 8.000 DISPONIBLE/TESORERÍA Caja..... 10.000 Banco c/c..... 25.000 TOTAL ACTIVO..... 458.000 €	A) PATRIMONIO NETO..... 328.000 Capital Social X = 268.000 Reservas: Voluntarias..... 60.000 B) PASIVO NO CORRIENTE..... 50.000 Préstamos a largo plazo..... 50.000 C) PASIVO CORRIENTE..... 80.000 Deudas a c/p ent. Crédito35.000 Proveedores, Ef. Com. A Pagar... 45.000 TOTAL PATR. NETO Y PASIVO... 190.000+X = 458.000 €

Cálculo del valor de la cuenta de capital Social: Activo total = Patrimonio Neto + Pasivo Total

$$458.000 = (\text{Capital Social} + 60.000) + (50.000 + 80.000)$$

$$\text{Capital Social} = 458.000 - 190.000 = 268.000 \text{ u.m.}$$

- B.** Calcula e interpreta el fondo de maniobra.

El fondo de maniobra es aquella parte del activo corriente que se financia con recursos a largo plazo o capitales permanentes (patrimonio neto + pasivo no corriente).

$$\text{Fondo de Maniobra} = \text{Activo Corriente} - \text{Pasivo Corriente} = 178.000 - 80.000 = 98.000 \text{ u.m.}$$

Al tener un fondo de maniobra positivo, para la mayoría de las empresas, podemos considerar que se trata de un resultado adecuado dado que representa que la empresa va a poder hacer frente a sus obligaciones a corto plazo con los recursos que tiene o que generará a corto plazo y, además, dispone de un margen (el fondo de maniobra). El resultado obtenido representa, en general, una situación de estabilidad financiera normal para la empresa.



- C.** Calcula el número de acciones en que se encuentra dividido el capital social de esta empresa si el valor nominal de cada una de ellas es de 50 €.

Dado que el valor nominal de las acciones de una empresa se obtiene dividiendo el capital social entre el número de acciones de la empresa:

Valor Nominal = Capital Social/nº de acciones

50 €/acc. = 268.000 €/ nº de acciones

Nº de acciones = 5.360 acciones

