

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

Curso **2021-2022**

**MATERIA: ECONOMÍA DE LA EMPRESA**

**Modelo**  
Orientativo  
Provisional

**INSTRUCCIONES GENERALES Y 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. Cite dos similitudes (0,5 puntos) y dos diferencias (0,5 puntos) entre la Sociedad Anónima (S.A.) y la Sociedad Limitada (S.L.).
2. Defina en qué consiste el posicionamiento de un producto en el mercado (0,5 puntos). Indique dos estrategias que llevan a cabo las empresas para posicionar sus productos en el mercado (0,5 puntos).
3. ¿Qué es la organización informal de una empresa? (0,5 puntos). ¿En qué consiste la organización formal de una empresa? (0,5 puntos). Para los siguientes supuestos, indique y justifique si estamos ante una situación de organización formal o informal (1 punto): a) relaciones sentimentales entre los trabajadores de una empresa; b) aparición de un líder espontáneo en un grupo de trabajo; c) definición de una norma de trabajo por parte de un directivo que afecta a un grupo de trabajadores; d) división del trabajo en departamentos por zonas geográficas.
4. Una empresa de mensajería quiere ampliar su capacidad de negocio y para ello, decide incrementar su parque de vehículos. Indique y justifique qué tipo de financiación externa se adapta mejor a su proyecto (0,5 puntos). Explique tres fórmulas de obtención de dicha financiación (1,5 puntos).
5. Una empresa comercial de compra/venta de botellas de aceite de oliva comienza el año 2019 con unas existencias iniciales de 35.700 unidades, cuyo precio de compra fue de 2,72 euros/unidad. Durante el mes de enero adquiere 97.000 botellas a 3,25 euros/unidad y durante el mes de febrero adquiere 250.000 botellas a 3,6 euros/unidad. En el mes de mayo compra otras 50.000 botellas a 3 euros/unidad. Durante el mes de julio vende 300.000 botellas a 4,5 euros/unidad. Teniendo en cuenta la información anterior, se pide:
  - a) Calcule el valor de las existencias a 1 de agosto según el método FIFO (1 punto).
  - b) Calcule el valor de las existencias a 1 de agosto según el método del Precio Medio Ponderado (PMP) (1 punto).
6. La situación patrimonial de una empresa a 31 de diciembre de 2019, expresada en unidades monetarias, es la siguiente: Capital desembolsado por los accionistas: 150.000; Deudas a corto plazo con hacienda pública: 2.400; Existencias: 2.500; Mobiliario: 8.500; Aplicaciones informáticas: 6.500; Bancos, cuentas corrientes: 6.800; Edificios y terrenos: 192.000; Equipamiento informático: 21.000; Deudas con una entidad de crédito a devolver en 6 meses: 3.700; Facturas pendientes de cobro de los clientes: 1.200; Deudas con los proveedores: 8.900; Amortización acumulada del inmovilizado intangible: 1.500; Amortización acumulada del inmovilizado material: 27.000; Préstamo con una entidad de crédito a devolver en 5 años: 11.500; Reservas: 30.000. Teniendo en cuenta la anterior información, se pide:
  - a) Calcule el resultado del ejercicio de esta empresa a 31 de diciembre de 2019 (0,25 puntos).
  - b) Elabore el Balance de Situación de la empresa a 31 de diciembre de 2019 (1,25 puntos).
  - c) Calcule los valores de los siguientes ratios de la empresa (0,5 puntos):  
Ratio de liquidez: activo corriente / pasivo corriente.  
Ratio de garantía: activo total / pasivo total.

## OPCIÓN B

1. Explique en qué se diferencian las estrategias de penetración de mercado, desarrollo de mercado y desarrollo de producto (0,75 puntos). ¿En qué consiste el crecimiento interno para la empresa? (0,25 puntos).
2. Describa dos maneras en las que la innovación tecnológica permite incrementar la productividad de una empresa (1 punto).
3. Las empresas tienen que realizar determinadas inversiones para desarrollar su actividad productiva. Enumere y defina los diferentes tipos de inversiones posibles en función del periodo de tiempo que dura la inversión en la empresa y ponga dos ejemplos de cada caso (1 punto). Ponga un ejemplo de cada una de las siguientes inversiones: inversiones materiales, inversiones intangibles e inversiones financieras (0,75 puntos) y explique cuáles son los criterios aplicados para ordenar las inversiones y las formas de financiación en el Balance de Situación (0,25 puntos).
4. Explique en qué consiste la función de dirección en una empresa (0,75 puntos). Explique los tres niveles de dirección existentes y ponga un ejemplo para cada uno de ellos (0,75 puntos). Explique en qué consiste la función comercial de una empresa (0,5 puntos).
5. Una empresa está analizando una inversión que tiene un desembolso inicial de 40.000 euros y genera unos flujos de caja de 13.000 euros el primer año y de 36.000 euros el segundo. La tasa de actualización o descuento aplicable a la inversión es del 5% anual. Teniendo en cuenta la información anterior, se pide:
  - a) Calcule el plazo de recuperación o "pay-back" de la inversión (0,5 puntos) y razone si sería realizable (0,25 puntos) considerando un año comercial de 360 días.
  - b) Calcule el Valor Actual Neto (VAN) de la inversión (0,5 puntos) y razone si sería realizable (0,25 puntos).
  - c) Explique razonadamente qué valor tiene que tener la Tasa Interna de Rentabilidad (TIR) de esta inversión para que sea conveniente (0,5 puntos).
6. Una empresa se propone producir y vender fundas para dispositivos electrónicos. Para elaborar su plan de negocio, estudia los siguientes costes en que debería incurrir mensualmente: alquiler de una nueva nave 1.500 euros, amortización de la maquinaria 1.300 euros, sueldos y salarios (nómina fija de los trabajadores) 4.500 euros, coste de material por unidad 3 euros, coste de energía por unidad 3 euros, otros costes variables unitarios 2 euros. Teniendo en cuenta la información anterior, se pide:
  - a) Determine los costes fijos de la empresa para un mes (0,25 puntos), los costes variables unitarios para un mes (0,25 puntos) y el punto muerto o umbral de rentabilidad, si el precio de venta fuera de 18 euros la unidad (0,5 puntos).
  - b) Represente gráficamente el umbral de rentabilidad o punto muerto de la empresa indicando las zonas de beneficios y pérdidas (0,5 puntos).
  - c) Si la empresa vendiera 2.000 unidades en ese mes, calcule el beneficio que obtendría en ese periodo (0,5 puntos).

## ECONOMÍA DE LA EMPRESA

### CRITERIOS ESPECÍFICOS DE CORRECCIÓN Y CALIFICACIÓN

#### OPCIÓN A

1. Conocer y diferenciar las formas jurídicas de la Sociedad Anónima y la Sociedad Limitada.
2. Conocer el concepto de posicionamiento de producto, así como las estrategias de posicionamiento en el mercado.
3. Conocer el concepto de organización formal e informal de la empresa y saber distinguir supuestos de dichas organizaciones.
4. Conocer las formas de financiación externa que puede adoptar una empresa cuando desea ampliar su capacidad productiva.
5. Saber calcular el valor de las existencias siguiendo los criterios del Precio Medio Ponderado (PMP) y del criterio FIFO.
6. Distinguir las distintas masas que componen el patrimonio empresarial, saber calcular el resultado del ejercicio en el Balance de Situación y aplicar dicho conocimiento al cálculo de los indicadores financieros.

#### OPCIÓN B

1. Saber diferenciar las estrategias de penetración de mercado, desarrollo de mercado y de producto y saber en qué consiste el crecimiento interno.
2. Conocer cómo influye la innovación tecnológica en el aumento de la productividad en la empresa.
3. Saber explicar y poner ejemplos de los tipos de inversiones, según el tiempo de duración y conocer los criterios de clasificación para ordenar las inversiones y formas de financiación en el Balance de Situación.
4. Explicar la función de dirección de una empresa y la función comercial.
5. Saber calcular e interpretar los métodos de valoración de proyectos de inversión: periodo de recuperación o "pay back", el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Rentabilidad (TIR).
6. Conocer y saber calcular el punto muerto o umbral de rentabilidad de la empresa, así como calcular los beneficios de la empresa.

## ECONOMÍA DE LA EMPRESA

### SOLUCIONES

#### (Documento de trabajo orientativo)

#### OPCIÓN A

1. Cite dos similitudes (0,5 puntos) y dos diferencias (0,5 puntos) entre la Sociedad Anónima (S.A.) y la Sociedad Limitada (S.L.).

#### SOLUCIÓN:

##### Similitudes:

- El número de socios constituyentes puede ser de uno o más.
- Tributan por el impuesto de sociedades.
- Responsabilidad limitada al capital aportado.
- El capital de los socios, en caso de existir más de un socio, se divide en partes iguales (participaciones o acciones).

##### Diferencias:

- En la S.L. la transmisión de participaciones sólo se puede realizar a familiares u otros socios. En la S.A. se puede transmitir a cualquier persona física o jurídica.
- La S.L. divide su capital en participaciones. La S.A. en acciones.
- En la S.L. el capital inicial mínimo es de 3.000 euros. En la S.A. es de 60.000 euros.
- En la S.L. la transmisión de participaciones solo puede realizarse tras informar a los administradores y con el consentimiento de la Junta General. En la S.A. la transmisión es libre, una vez que esté inscrita en el Registro Mercantil.
- La S.A. puede acceder a los mercados financieros, emitiendo bonos u obligaciones, y cotizar en Bolsa, mientras que la S.L. no puede acceder.

2. Defina en qué consiste el posicionamiento de un producto en el mercado (0,5 puntos). Indique dos estrategias que llevan a cabo las empresas para posicionar sus productos en el mercado (0,5 puntos).

#### SOLUCIÓN:

El posicionamiento de un producto en el mercado consiste en decidir qué percepción se quiere que el producto tenga en la mente de los consumidores, esto es, la imagen que los consumidores tienen de un producto, comparado con otros productos de la empresa o de los competidores.

Las estrategias que se pueden tener en cuenta para posicionar un producto, pueden estar relacionadas con el producto en sí o con la marca y son, entre otras:

- Las características o atributos del producto.
- Los beneficios del producto.
- La diferencia o comparación con productos de la competencia.
- La calidad del producto.
- El precio del producto.
- El prestigio del producto.
- La recomendación del producto por parte de expertos.
- Los tipos de personas a los que se dirige o los estilos de vida que implica su consumo.
- Valores sociales o símbolos culturales.

3. ¿Qué es la organización informal de una empresa? (0,5 puntos). ¿En qué consiste la organización formal de una empresa? (0,5 puntos). Para los siguientes supuestos, indique y justifique si estamos ante una situación de organización formal o informal (1 punto): a) relaciones sentimentales entre los trabajadores de una empresa; b) aparición de un líder espontáneo en un grupo de trabajo; c) definición de una norma de trabajo por parte de un directivo que afecta a un grupo de trabajadores; d) división del trabajo en departamentos por zonas geográficas.

#### SOLUCIÓN:

La organización informal es aquella que surge de forma espontánea y no depende de la dirección de la empresa, por lo que no es oficial. Está formada por el conjunto de relaciones personales y sociales e incluye líderes informales, relaciones naturales, etc.

La organización formal es aquella que surge de la estructura definida oficialmente por la dirección de la empresa y reflejada en su organigrama. En ella, se recogen y definen las funciones

desempeñadas por las personas que componen la organización e integran los distintos departamentos o unidades.

Supuestos:

- a) Relaciones sentimentales entre los trabajadores de una empresa: organización informal, ya que surge de forma espontánea.
  - b) Aparición de un líder espontáneo en un grupo de trabajo: organización informal, ya que no depende de la dirección de la empresa y surge espontáneamente como se indica.
  - c) Definición de una norma de trabajo por parte de un directivo a un grupo de trabajadores: organización formal, ya que se trata de una decisión adoptada por la dirección.
  - d) División del trabajo en departamentos por zonas geográficas: organización formal, ya que se trata de una estructura según las zonas geográficas en las que opera la empresa.
4. Una empresa de mensajería quiere ampliar su capacidad de negocio y para ello, decide incrementar su parque de vehículos. Indique y justifique qué tipo de financiación externa se adapta mejor a su proyecto (0,5 puntos). Explique tres fórmulas de obtención de dicha financiación (1,5 puntos).

SOLUCIÓN:

La ampliación de su capacidad de negocio exigirá fundamentalmente financiación externa a largo plazo, ya que la inversión a realizar se efectuará para adquirir bienes de equipo que se utilizarán por la empresa por un largo periodo de tiempo superior a un año. Ahora bien, de forma ocasional se puede utilizar financiación externa a corto plazo.

Las posibles fórmulas de financiación externa que puede considerar la empresa son, entre otras:

- Préstamos a largo o corto plazo: la empresa solicita a una entidad financiera un capital comprometiéndose a devolverlo junto con los intereses prefijados. Las condiciones del préstamo se formalizan en un contrato en el que se recoge el plan de amortización pactado en función del plazo de devolución del préstamo.
  - Empréstitos o emisión de obligaciones: se utiliza cuando requieren una gran cantidad de capital y los préstamos que obtendrían de las entidades financieras no resultan económicamente aceptables. Se trata de la emisión de obligaciones y bonos que son comprados por particulares u otras empresas a cambio de un interés.
  - Leasing financiero: contrato de arrendamiento financiero por el que la empresa alquilaría los vehículos a la empresa de leasing (arrendadora) comprometiéndose a pagar a cambio unas cuotas por el alquiler, pudiendo al finalizar el contrato devolver el bien al arrendador o adquirirlo por su valor residual.
  - Proveedores de inmovilizado a largo o corto plazo: la empresa consigue financiación directamente con el proveedor del parque de vehículos y, en función del plazo de las cuotas a pagar será largo plazo si es superior a un año o corto plazo si es inferior o igual a un año.
5. Una empresa comercial de compra/venta de botellas de aceite de oliva comienza el año 2019 con unas existencias iniciales de 35.700 unidades, cuyo precio de compra fue de 2,72 euros/unidad. Durante el mes de enero adquiere 97.000 botellas a 3,25 euros/unidad y durante el mes de febrero adquiere 250.000 botellas a 3,6 euros/unidad. En el mes de mayo compra otras 50.000 botellas a 3 euros/unidad. Durante el mes de julio vende 300.000 botellas a 4,5 euros/unidad. Teniendo en cuenta la información anterior, se pide:
- a) Calcule el valor de las existencias a 1 de agosto según el método FIFO (1 punto).
  - b) Calcule el valor de las existencias a 1 de agosto según el método del Precio Medio Ponderado (PMP) (1 punto).

SOLUCIÓN:

- a) Existencias finales = Existencias iniciales + entradas - salidas = 35.700 + (97.000+250.000+50.000) - (300.000) = 132.700 botellas  
Valoración FIFO = 50.000x3 + 82.700x3,6 = 447.720 euros
- b) PMP= (35.700x2,72+97.000x3,25+250.000x3,6+50.000x3)/432.700=3,38euros/botella  
Valoración PMP = 3,38x132.700=448.526 euros

6. La situación patrimonial de una empresa a 31 de diciembre de 2019, expresada en unidades monetarias, es la siguiente: Capital desembolsado por los accionistas: 150.000; Deudas a corto plazo con hacienda pública: 2.400; Existencias: 2.500; Mobiliario: 8.500; Aplicaciones informáticas: 6.500; Bancos, cuentas corrientes: 6.800; Edificios y terrenos: 192.000; Equipamiento informático: 21.000; Deudas con una entidad de crédito a devolver en 6 meses: 3.700; Facturas pendientes de cobro de los clientes: 1.200; Deudas con los proveedores: 8.900; Amortización acumulada del inmovilizado intangible: 1.500; Amortización acumulada del inmovilizado material: 27.000; Préstamo con una entidad de crédito a devolver en 5 años: 11.500; Reservas: 30.000. Teniendo en cuenta la anterior información, se pide:
- Calcule el resultado del ejercicio de esta empresa a 31 de diciembre de 2019 (0,25 puntos).
  - Elabore el Balance de Situación de la empresa a 31 de diciembre de 2019 (1,25 puntos).
  - Calcule los valores de los siguientes ratios de la empresa (0,5 puntos):  
 Ratio de liquidez: activo corriente / pasivo corriente.  
 Ratio de garantía: activo total / pasivo total.

**SOLUCIÓN:**

- El resultado es la diferencia entre el activo total y el pasivo y el patrimonio neto sin el resultado =  $210.000 - 206.500 = 3.500$  u.m.
- Balance de Situación:

ACTIVO		PATRIMONIO NETO Y PASIVO	
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>199.500</b>	<b>PATRIMONIO NETO</b>	<b>183.500</b>
<b>Inmovilizado Intangible</b>	<b>5.000</b>	Capital social	150.000
Aplicaciones informáticas	6.500	Reservas	30.000
- Amort. acum. Inmov. intangible	-1.500	Resultado del ejercicio	3.500
<b>Inmovilizado Material</b>	<b>194.500</b>	<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>	<b>11.500</b>
Edificios y terrenos	192.000	Deudas a largo plazo	11.500
Mobiliario	8.500	<b>PASIVO CORRIENTE</b>	<b>15.000</b>
Equipamiento informático	21.000	Deudas a corto plazo	3.700
- Amort. Acum. Inmov. material	-27.000	Hacienda pública, acreedora	2.400
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>10.500</b>	Proveedores	8.900
Existencias	2.500		
Clientes	1.200		
Bancos	6.800		
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>210.000</b>	<b>TOTAL PATR. NETO Y PASIVO</b>	<b>210.000</b>

- Ratio de liquidez: activo corriente / pasivo corriente =  $10.500 / 15.000 = 0,70$   
 Ratio de garantía: activo total / pasivo total =  $210.000 / 26.500 = 7,92$

## OPCIÓN B

1. Explique en qué se diferencian las estrategias de penetración de mercado, desarrollo de mercado y desarrollo de producto (0,75 puntos). ¿En qué consiste el crecimiento interno para la empresa? (0,25 puntos).

SOLUCIÓN:

Las diferencias hacen referencia al mercado y al tipo de producto. La estrategia de penetración de mercado pretende aumentar la participación de la empresa en el mercado actual con sus productos actuales. Por su parte, la estrategia de desarrollo de mercado busca introducir los productos actuales en nuevos mercados (geográficos o nuevos segmentos), mientras que la estrategia de desarrollo de producto persigue lanzar nuevos productos en el mercado actual.

El crecimiento interno consiste en la realización de inversiones productivas en el seno de la empresa con el objetivo de incrementar la capacidad productiva, como puede ser a través de inversiones en nuevas instalaciones o incrementando la plantilla.

2. Describa dos maneras en las que la innovación tecnológica permite incrementar la productividad de una empresa (1 punto).

SOLUCIÓN:

La innovación tecnológica permite incrementar la productividad de una empresa mediante mejoras en las actividades de la empresa (producción, organización, comercialización), y en los productos, lo que se traduce, entre otros, en ahorro de tiempo, ahorro de costes e incrementos de producción.

3. Las empresas tienen que realizar determinadas inversiones para desarrollar su actividad productiva. Enumere y defina los diferentes tipos de inversiones posibles en función del periodo de tiempo que dura la inversión en la empresa y ponga dos ejemplos de cada caso (1 punto). Ponga un ejemplo de cada una de las siguientes inversiones: inversiones materiales, inversiones intangibles e inversiones financieras (0,75 puntos) y explique cuáles son los criterios aplicados para ordenar las inversiones y las formas de financiación en el Balance de Situación (0,25 puntos).

SOLUCIÓN:

En función del periodo que permanecen en la empresa, las inversiones se clasifican:

- Inversiones a largo plazo: se denominan también inversiones permanentes o estructurales, recogen los bienes de equipo que la empresa utilizará durante un largo periodo de tiempo, que en general es superior a un año. Ej. Edificios, maquinaria, patentes, vehículos de transporte, equipos informáticos, etc.
- Inversiones a corto plazo: se denominan también inversiones de funcionamiento, recogen los elementos necesarios para llevar a cabo el proceso productivo; están vinculadas a la empresa durante un periodo de tiempo inferior a la duración de un ejercicio económico, esto es, inferior a un año. Ej. Inversiones financieras a corto plazo, existencias, depósitos, cuentas corrientes, etc.

Ejemplos de inversiones:

- Materiales (tangibles): edificios, maquinaria, existencias.
- Intangibles: patentes, programas informáticos, marcas.
- Financieras: obligaciones, acciones de otras empresas, depósitos bancarios.

El criterio que se aplica para ordenar las inversiones en el Balance de Situación de la empresa es de mayor a menor plazo de permanencia en la empresa o dicho de otra forma, de menor a mayor liquidez. Para ordenar las formas de financiación el criterio es de mayor a menor plazo de devolución o, de menor a mayor grado de exigibilidad.

4. Explique en qué consiste la función de dirección en una empresa (0,75 puntos). Explique los tres niveles de dirección existentes y ponga un ejemplo para cada uno de ellos (0,75 puntos). Explique en qué consiste la función comercial de una empresa (0,5 puntos).

**SOLUCIÓN:**

La función de dirección consiste en intentar que las personas que forman la empresa realicen las tareas necesarias para conseguir los objetivos marcados. Después de planificar y tener una estructura organizativa clara de los recursos disponibles, se debe intentar cumplir los objetivos previstos, para ello, la empresa ha de estar bien gestionada. Además, consiste en coordinar e integrar los recursos materiales y humanos que forman parte de la empresa otorgándoles valores y objetivos comunes.

Los niveles de dirección son los siguientes:

- Alta dirección: altos cargos de la empresa, son los responsables de guiar la empresa, establecer los objetivos, las líneas estratégicas y garantizar que funcionen de forma coordinada. Ejemplos: Presidente, Vicepresidente, Director General, Consejero Delegado, CEO, etc.
- Nivel intermedio (dirección intermedia o directivos de línea media): se encargan directamente de la ejecución y el control de la planificación general y realizan planes más concretos. Ejemplos: jefes de departamento, directores de fábrica.
- Nivel de gestión (dirección operativa): estos directivos tienen la responsabilidad directa sobre la ejecución de los planes y, por consiguiente, son los que asignan las tareas a los trabajadores. Es decir, ejecutan y controlan todos los procedimientos que se han de seguir. Ejemplo: capataces, supervisores.

La función comercial incluye el conjunto de actividades necesarias para hacer llegar al consumidor los bienes y servicios producidos por la empresa, así como para averiguar las necesidades y preferencias de los consumidores.

5. Una empresa está analizando una inversión que tiene un desembolso inicial de 40.000 euros y genera unos flujos de caja de 13.000 euros el primer año y de 36.000 euros el segundo. La tasa de actualización o descuento aplicable a la inversión es del 5% anual. Teniendo en cuenta la información anterior, se pide:
- a) Calcule el plazo de recuperación o pay-back de la inversión (0,5 puntos) y razone si sería realizable (0,25 puntos) considerando un año comercial de 360 días.
  - b) Calcule el Valor Actual Neto (VAN) de la inversión (0,5 puntos) y razone si sería realizable (0,25 puntos).
  - c) Explique razonadamente qué valor tiene que tener la Tasa Interna de Rentabilidad (TIR) de esta inversión para que sea conveniente (0,5 puntos).

**SOLUCIÓN:**

- a) El pay-back es de 1 año y 9 meses o 1 año y 270 días.  
El primer año recupera 13.000 euros de los 40.000 euros invertidos, por lo que quedan por recuperar 27.000 euros durante el segundo año.  
36.000 euros..... 12 meses (360 días)  
27.000 euros..... x  
x = 9 meses o 270 días  
La inversión sería realizable según el plazo de recuperación o pay-back, pues se recupera el desembolso inicial dentro de los dos años de la inversión.
- b)  $VAN = -40.000 + (13.000/1,05) + (36.000/1,05^2) = 5.034,01$  euros.  
Por tanto, la inversión sería realizable al ser el Valor Actual Neto mayor que cero.
- c) La Tasa Interna de Rentabilidad (TIR) de esta inversión tiene que ser superior a 5%, para que convenga llevar a cabo la inversión, ya que si obtiene una rentabilidad superior a la del mercado, el VAN dará un resultado positivo y la empresa obtendrá un beneficio de su inversión.



6. Una empresa se propone producir y vender fundas para dispositivos electrónicos. Para elaborar su plan de negocio, estudia los siguientes costes en que debería incurrir mensualmente: alquiler de una nueva nave 1.500 euros, amortización de la maquinaria 1.300 euros, sueldos y salarios (nómina fija de los trabajadores) 4.500 euros, coste de material por unidad 3 euros, coste de energía por unidad 3 euros, otros costes variables unitarios 2 euros. Teniendo en cuenta la información anterior, se pide:
- Determine los costes fijos de la empresa para un mes (0,25 puntos), los costes variables unitarios para un mes (0,25 puntos) y el punto muerto o umbral de rentabilidad, si el precio de venta fuera de 18 euros la unidad (0,5 puntos).
  - Represente gráficamente el umbral de rentabilidad o punto muerto de la empresa indicando las zonas de beneficios y pérdidas (0,5 puntos).
  - Si la empresa vendiera 2.000 unidades en ese mes, calcule el beneficio que obtendría en ese periodo (0,5 puntos).

**SOLUCIÓN:**

- a) El cálculo del punto muerto:

Costes fijos:  $CF=1.500+1.300+4.500=7.300$  euros

Coste variable unitario:  $CVMe= 3+3+2= 8$  euros/ud.

Precio venta unitario:  $p =18$  euros/ud.

$Q= n^{\circ}$  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 rentabilidad).

$$Q= CF/ (p-CVMe) \qquad Q= 7.300 /18-8 = 730 \text{ unidades}$$

- b) Representación gráfica del umbral de rentabilidad o punto muerto:



- c) Si la empresa vende 2.000 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:

$$B^{\circ}= IT- CT= (p*Q) - (CF + CVMe* Q)$$

$$B^{\circ}= (18*2.000) - (7.300 + 8*2.000)= 12.700 \text{ euros}$$

ORIENTACIONES PARA LA EVALUACIÓN DEL ACCESO A LA UNIVERSIDAD DE LA ASIGNATURA ECONOMÍA DE LA EMPRESA, basadas en el Real Decreto 1105/2014, de 26 de diciembre, por el que se establece el currículo básico de la Educación Secundaria Obligatoria y del Bachillerato, así como por la normativa correspondiente que se promulgue y que afecte a 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 2021/2022.

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.