

**UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID**

PRUEBA DE ACCESO A LA UNIVERSIDAD

PARA MAYORES DE 25 AÑOS

AÑO 2021

MATERIA: ECONOMÍA DE LA EMPRESA

MODELO

INSTRUCCIONES GENERALES Y VALORACIÓN

INTRUCCIONES Y CALIFICACIÓN: El alumno deberá escoger **una** de las dos opciones y responder a **todas** las cuestiones de la opción elegida.

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

TIEMPO: 1 Hora y 30 minutos**OPCIÓN A**

1. Defina el entorno genérico y el entorno específico de las empresas (1 punto). Identifique y explique dos variables que afecten al entorno genérico y dos variables que afectan al entorno específico (1 punto).
2. Indique y explique cuáles son las funciones y objetivos que tiene que cumplir el departamento de recursos humanos de una empresa para contribuir a que los trabajadores se realicen tanto en el ámbito profesional como personal (2 puntos).
3. La empresa DECATH, S.A. tiene dos fábricas para elaborar un producto utilizando el mismo proceso productivo: una fábrica ubicada en la provincia A y una fábrica ubicada en la provincia B. Nos han facilitado la siguiente información mensual:
 - En la fábrica ubicada en la provincia A se fabricaron 188.000 unidades físicas. El número de trabajadores se ha elevado a 70 y cada uno de ellos trabajó 152 h/mes.
 - En la fábrica ubicada en la provincia B se fabricaron 162.000 unidades físicas. El número de trabajadores ha ascendido a 68 y cada uno de ellos ha trabajado 155 h/mes.

Teniendo en cuenta la información anterior, se pide:

- a) Calcular la productividad mensual de la fábrica ubicada en la provincia A (1 punto).
 - b) Calcular la productividad mensual de la fábrica ubicada en la provincia B (1 punto).
 - c) ¿Qué fábrica es más productiva? Justifique su respuesta (1 punto).
4. La empresa ORDENA, S.A., que se dedica a la comercialización ordenadores ofrece la siguiente información de sus costes mensuales (u.m.): Alquiler del local en el que realiza la comercialización: 107.000; Gastos de personal (el trabajador no cobra comisiones): 560.000; Consumo de existencias (por cada unidad producida): 600; Costes financieros: 3.500; Transporte del producto vendido a los clientes: 1.500; Suministros (por cada unidad producida): 200.

Teniendo en cuenta la información anterior, se pide:

 - a) Definir y calcular los costes fijos mensuales en los que incurre la empresa (1 punto).
 - b) Definir y calcular los costes variables mensuales de la empresa (1 punto).
 - c) Calcular el punto muerto o umbral de rentabilidad de esta empresa, si decidiera vender a un precio unitario de venta de 1.500 u.m. (1 punto).

OPCIÓN B

1. ¿En qué consisten las 4 ps o variables del *marketing mix*? (1,5 puntos). Explique dos formas de desarrollar un *mix* de promoción o comunicación (0,5 puntos).
2. Explique las diferentes etapas que existen en el proceso de planificación de una empresa que se llevan a cabo durante la elaboración de los planes (2 puntos).
3. La empresa JONA, S.A. especializada en la comercialización de equipamiento de fútbol presenta la siguiente información (en euros):
 - Existencias (1/1/2019): 115.000 unidades, con un precio unitario de 20 euros
 - Compras (17/5/2019): 3.000 unidades, con un precio unitario de 25 euros
 - Compras (12/9/2019): 1.200 unidades, con un precio unitario de 27 euros
 - Ventas (30/10/2019): 117.100 unidades, con un precio unitario de venta de 40 eurosTeniendo en cuenta la información anterior, se pide:
 - a) Calcular el valor de las existencias finales según los siguientes criterios de valoración de Precio medio ponderado (1,5 puntos).
 - b) Calcular el valor de las existencias finales según los siguientes criterios de valoración de FIFO (1,5 puntos).
4. La empresa ALFOMBRA, S.A., que se dedica a la fabricación de alfombrillas de ratón personalizadas, presenta la siguiente información de sus masas patrimoniales, a 31 de diciembre de 2019 (en unidades monetarias):

Reserva Legal: 12.000; Productos terminados: 11.000; Acreedores por prestación de servicios: 1.500; Materias primas: 1.300; Reserva Voluntaria: 11.000; Hacienda Pública (acreedor): 250; Maquinaria: 55.000; Amortización Acumulada del Inmovilizado Material: 44.000; Clientes: 1.300; Edificios: 100.000; Proveedores: 1.500; Bancos: 300; Capital Social: 95.000; Préstamos a largo plazo: 3.000

Teniendo en cuenta la información anterior, se pide:
 - a) Calcular del resultado del ejercicio con fecha: 31/diciembre/2019 (1 punto)
 - b) Elaborar el Balance de Situación según el Modelo del Plan General de Contabilidad con fecha: 31/diciembre/2019 (1 punto)
 - c) Calcular los siguientes ratios (1 punto):
 - Ratio de liquidez = Activo corriente/Pasivo corriente
 - Ratio de garantía = Activo total/Pasivo Total

CRITERIOS ESPECÍFICOS DE CORRECCIÓN

ECONOMÍA DE LA EMPRESA

OPCIÓN A

1. Identificar y saber definir los factores que integran el entorno genérico y el entorno específico de una empresa.
2. Explicar las funciones y objetivos del departamento de recursos humanos.
3. Calcular la productividad y conocer su utilidad para saber qué opción es la más productiva.
4. Definir y calcular los costes fijos y costes variables de la empresa, así como el umbral de rentabilidad o punto muerto.

OPCIÓN B

1. Conocer las 4 ps o variables del *marketing mix* así como las formas en que se puede desarrollar un *mix* de promoción o comunicación.
2. Desarrollar las etapas del proceso de planificación.
3. Calcular el valor de las existencias finales aplicando los dos métodos: PMP y FIFO.
4. Distinguir las distintas masas que componen el patrimonio empresarial y aplicar dicho conocimiento al cálculo del fondo de maniobra.

SOLUCIONES

ECONOMÍA DE LA EMPRESA

OPCIÓN A

1. Defina el entorno genérico y el entorno específico de las empresas (1 punto). Identifique y explique dos variables que afecten al entorno genérico y dos variables que afectan al entorno específico (1 punto).

SOLUCIÓN:

El entorno genérico es aquel conjunto de factores externos a la empresa que afecta al conjunto de empresas de una misma región, mientras que el entorno específico es el conjunto de factores que afectan en concreto a un determinado tipo de empresas o sector empresarial.

VARIABLES QUE AFECTAN AL ENTORNO GÉNERICO: pueden ser desde variables políticas (incluye aspectos relacionados con factores administrativos y legislación), variables económicas (condicionado por factores e indicadores económicos como puede ser la inflación, la tasa de paro, el producto interior bruto, etc.); variables tecnológicas (condicionados por el marco científico del país o el acceso a las innovaciones); factores socio-culturales (que incluye los valores, actitudes, aspectos demográficos y culturales de la sociedad) y factores medioambientales (aspectos relacionados con la contaminación, el reciclaje, etc.)

Por su parte, variables del entorno específico pueden citarse: poder de negociación con los clientes, poder de negociación con los proveedores, el nivel de competencia dentro del sector, la amenaza de productos sustitutivos, etc.

2. Indique y explique cuáles son las funciones y objetivos que tiene que cumplir el departamento de recursos humanos de una empresa para contribuir a que los trabajadores se realicen tanto en el ámbito profesional como personal (2 puntos).

SOLUCIÓN:

Las funciones que debe llevar a cabo el departamento de recursos humanos son:

- Organizar y planificar la plantilla en función de la organización de la empresa, diseña y define las funciones y responsabilidades de los puestos de trabajo, así como las necesidades previstas.
- Reclutar y seleccionar al personal adecuado.
- Formalizar y gestionar los contratos del personal, junto con todos los trámites administrativos y jurídicos.
- Orientación y formación al personal seleccionado para la adaptación a las necesidades de la empresa.
- Desarrollar al personal para incrementar la capacidad y satisfacer los objetivos de la empresa.
- Evaluar y controlar las actividades que desarrollan los trabajadores para analizar posibles problemas de motivación y satisfacción en el trabajo.
- Gestionar las relaciones laborales, con la finalidad de que se aseguren las relaciones de trabajo efectivas con los sindicatos.

3. La empresa DECATH, S.A. tiene dos fábricas para elaborar un producto utilizando el mismo proceso productivo: una fábrica ubicada en la provincia A y una fábrica ubicada en la provincia B. Nos han facilitado la siguiente información mensual:

- En la fábrica ubicada en la provincia A se fabricaron 188.000 unidades físicas. El número de trabajadores se ha elevado a 70 y cada uno de ellos trabajó 152 h/mes.

- En la fábrica ubicada en la provincia B se fabricaron 162.000 unidades físicas. El número de trabajadores ha ascendido a 68 y cada uno de ellos ha trabajado 155 h/mes.

Teniendo en cuenta la información anterior, se pide:

- a) Calcular la productividad mensual de la fábrica ubicada en la provincia A (1 punto).
- b) Calcular la productividad mensual de la fábrica ubicada en la provincia B (1 punto).
- c) ¿Qué fábrica es más productiva? Justifique su respuesta (1 punto).

SOLUCIÓN:

- a) Productividad de la fábrica ubicada en la provincia A:
Horas totales trabajadas= 70 trabajadores x 152h/mes= 10.640 horas
Productividad (A)= 188.000/10.640= 17,67 unidades físicas/hora
- b) Productividad de la fábrica ubicada en la provincia B:
Horas totales trabajadas= 68 trabajadores x 155h/mes= 10.540 horas
Productividad (B)= 162.000/10.540= 15,37 unidades físicas/hora
- c) La fábrica más productiva es la fábrica ubicada en la provincia A, ya que la productividad en términos medios es mayor

4. La empresa ORDENA, S.A., que se dedica a la comercialización ordenadores ofrece la siguiente información de sus costes mensuales (u.m.): Alquiler del local en el que realiza la comercialización: 107.000; Gastos de personal (el trabajador no cobra comisiones): 560.000; Consumo de existencias (por cada unidad producida): 600; Costes financieros: 3.500; Transporte del producto vendido a los clientes: 1.500; Suministros (por cada unidad producida): 200.

Teniendo en cuenta la información anterior, se pide:

- a) Definir y calcular los costes fijos mensuales en los que incurre la empresa (1 punto).
- b) Definir y calcular los costes variables mensuales de la empresa (1 punto).
- c) Calcular el punto muerto o umbral de rentabilidad de esta empresa, si decidiera vender a un precio unitario de venta de 1.500 u.m. (1 punto).

SOLUCIÓN:

- a) Los costes fijos son aquellos costes independientes del nivel de producción, es decir, que no cambian si cambia la cantidad producida. Es el valor de aquellos factores que a corto plazo son fijos en la empresa
Costes fijos=107.000+560.000+3.500+1.500= 672.000 euros
- b) Costes variables son aquellos costes proporcionales al nivel de producción, es decir, los costes de los factores que cambian con la producción.
Costes variables= 600x+200x= 800x
- c) El punto muerto o umbral de rentabilidad es la cantidad de producción vendida a partir de la cual la empresa comienza a obtener beneficios. También se denomina punto de equilibrio.
Punto muerto= 672.000/(1.500-800)= 960 unidades físicas

SOLUCIONES

ECONOMÍA DE LA EMPRESA

OPCIÓN B

1. ¿En qué consisten las 4 ps o variables del *marketing mix*? (1,5 puntos). Explique dos formas de desarrollar un *mix* de promoción o comunicación (0,5 puntos).

SOLUCIÓN:

Las 4 ps o variables del *marketing mix* son:

- Producto: se refiere a las características del producto e incluye el diseño, la marca, el envase y los servicios postventa. También incluye las decisiones sobre las modificaciones de los productos actuales y sobre el lanzamiento de nuevos productos.
- Precio: incluye las decisiones relativas al precio de los productos, sus costes, la sensibilidad de los consumidores a las variaciones en los precios y las políticas de precios de los consumidores.
- Distribución: decisiones relativas a cómo se va a distribuir el producto, de forma que se garantice que el producto esté en el momento y en el lugar adecuados para que llegue al cliente. Incluye las decisiones relativas a la distribución directa o a través de intermediarios.
- Promoción o comunicación: decisiones relativas a cómo se va a dar a conocer el producto; incluye estrategias de comunicación al consumidor.

La promoción o comunicación puede llevarse a cabo a través de las siguientes actuaciones:

- Publicidad: forma de comunicación de carácter impersonal, que usa un medio de masas (radio, televisión, prensa, revistas, vallas publicitarias ...), pagada por la empresa, cuyo objetivo es dar a conocer sus productos e influir en el comportamiento del consumidor.
- Promoción de ventas: consiste en la realización de actividades para atraer el interés del consumidor o distribuidor mediante el uso de incentivos; por ejemplo, cupones de descuento, 2X1, participación en concursos, etc.
- Relaciones públicas: conjunto de actividades cuyo objetivo es mejorar la imagen de la empresa o marca entre los distintos colectivos (consumidores, líderes de opinión, medios de comunicación).
- Venta personal o fuerza de ventas: se realiza a través de los vendedores o representantes de la empresa y tiene como objetivo el contacto directo de éstos con el cliente o consumidor.
- *Merchandising* o publicidad en el lugar de venta: conjunto de medios que fomentan la compra del producto en el lugar donde el consumidor realiza la compra.

2. Explique las diferentes etapas que existen en el proceso de planificación de una empresa que se llevan a cabo durante la elaboración de los planes (2 puntos).

SOLUCION:

El proceso de planificación se lleva a través de las siguientes etapas:

- Análisis de la situación de partida: se analiza la situación actual de la empresa y de su entorno y se toma conciencia de las oportunidades existentes para poder aprovecharlas.
- Fijación de los recursos: se marcan los objetivos tanto los generales como los subobjetivos, es decir, se concretan las metas a las que se quiere llegar.
- Creación de alternativas determinación de las líneas de actuación: se marcan los diferentes caminos que lleven a la empresa hacia los objetivos propuestos.
- Evaluación de una de las alternativas: consiste en evaluar y analizar cada una de las líneas de acción, es decir, estudiar los puntos fuertes y débiles, y evaluar los costes, los riesgos, las dificultades que hay que superar, etc.
- Elección de una de las alternativas: en esta etapa se decide qué plan se ejecutará.

- Control y determinación de desviaciones: aunque se haya escogido una alternativa con la seguridad de que es la mejor, es posible que la realidad evoluciones de forma diferente y esta alternativa no funcione como se esperaba, por lo que habría que volver a las alternativas anteriores y realizar las modificaciones oportunas. Es decir, hay que hacer un seguimiento de los planes y corregirlos en su caso.

3. La empresa JONA, S.A. especializada en la comercialización de equipamiento de fútbol presenta la siguiente información (en euros):

- Existencias (1/1/2019): 115.000 unidades, con un precio unitario de 20 euros
- Compras (17/5/2019): 3.000 unidades, con un precio unitario de 25 euros
- Compras (12/9/2019): 1.200 unidades, con un precio unitario de 27 euros
- Ventas (30/10/2019): 117.100 unidades, con un precio unitario de venta de 40 euros

Teniendo en cuenta la información anterior, se pide:

- Calcular el valor de las existencias finales según los siguientes criterios de valoración de Precio medio ponderado (1,5 puntos)
- Calcular el valor de las existencias finales según los siguientes criterios de valoración de FIFO (1,5 puntos)

SOLUCIÓN:

	Unidades	Precio unitario
Existencias iniciales	115.000	20
Compras (17/5/12)	3.000	25
Compras (12/9/12)	1.200	27
Ventas	117.100	

- Precio medio ponderado

$$\text{PMP} = (115.000 \cdot 20 + 3.000 \cdot 25 + 1.200 \cdot 27) / (115.000 + 3.000 + 1.200) = 20,20 \text{€ud}$$

$$\text{Existencias finales: } 2.100 \cdot 20,20 = 42.420 \text{ euros}$$

- Criterio FIFO

$$\text{Existencias finales: } 900 \cdot 25 + 1.200 \cdot 27 = 54.900 \text{ euros}$$

4. La empresa ALFOMBRA, S.A., que se dedica a la fabricación de alfombrillas de ratón personalizadas, presenta la siguiente información de sus masas patrimoniales, a 31 de diciembre de 2019 (en unidades monetarias):

Reserva Legal: 12.000; Productos terminados: 11.000; Acreedores por prestación de servicios: 1.500; Materias primas: 1.300; Reserva Voluntaria: 11.000; Hacienda Pública (acreedor): 250; Maquinaria: 55.000; Amortización Acumulada del Inmovilizado Material: 44.000; Clientes: 1.300; Edificios: 100.000; Proveedores: 1.500; Bancos: 300; Capital Social: 95.000; Préstamos a largo plazo: 3.000

Teniendo en cuenta la información anterior, se pide:

- Calcular del resultado del ejercicio con fecha: 31/diciembre/2019 (1 punto)
- Elaborar el Balance de Situación según el Modelo del Plan General de Contabilidad con fecha: 31/diciembre/2019 (1 punto)
- Calcular los siguientes ratios (1 punto):
 - Ratio de liquidez = Activo corriente/Pasivo corriente
 - Ratio de garantía = Activo total/Pasivo Total

SOLUCIÓN:

a) El resultado del ejercicio es: 650 u.m.

b)

BALANCE (31/12/2019)			
ACTIVO		PAT. NETO Y PASIVO	
ACTIVO NO CORRIENTE	111.000	PATRIMONIO NETO	118.650
Inmovilizado Material	111.000	Capital Social	95.000
Edificios	100.000	Reserva Legal	12.000
Maquinaria	55.000	Reserva Voluntaria	11.000
(Amort. Ac. Inmov. Material)	(44.000)	Resultado del ejercicio	650
		PASIVO NO CORRIENTE	3.000
ACTIVO CORRIENTE	13.900	Deudas largo plazo	3.000
Materias primas	1.300	PASIVO CORRIENTE	3.250
Productos terminados	11.000	Acreedores prestación servicios	1.500
Clientes	1.300	Proveedores	1.500
Bancos	300	Hacienda Pública, acreedora	250
TOTAL ACTIVO	124.900	TOTAL P.N. Y PASIVO	124.900

c) Ratio de liquidez = Activo corriente/Pasivo corriente= $13.900/3.250= 4,28$

Ratio de garantía = Activo total/Pasivo Total = $124.900/6.250= 19,99$