



**Pruebas de Acceso a las  
Universidades  
de Castilla y León**

**ECONOMÍA Y  
ORGANIZACIÓN  
DE EMPRESAS**

**Texto para  
los Alumnos**

**Nº páginas  
5**

1. ELIJA UNA OPCIÓN ENTRE LA OPCIÓN “A” Y LA OPCIÓN “B” Y RESPONDA ÚNICAMENTE A LAS PREGUNTAS DE LA OPCIÓN ELEGIDA.

2. RESUELVA EL TEST EN LAS HOJAS EN BLANCO QUE SE LE FACILITAN PARA ESCRIBIR LAS RESPUESTAS Y NO EN LAS HOJAS DE PLANTEAMIENTO DEL EXAMEN.

3. CRITERIOS DE CORRECCIÓN:

**PRIMERA PARTE:** El test se valorará del siguiente modo:

- Cada pregunta acertada añade un punto
- Cada pregunta no acertada resta 0,33 puntos
- Las preguntas en blanco no puntúan

La suma total se dividirá entre 10 y se multiplicará por 3, dando como resultado la nota de la primera parte.

**SEGUNDA PARTE:** El tema se corregirá valorando cada epígrafe por un máximo de 1 punto. El total se dividirá entre el número de epígrafes y se multiplicará por 3, dando como resultado la nota de la segunda parte

**TERCERA PARTE:** El ejercicio práctico y el comentario de texto se valorarán aplicando los mismos criterios que en la segunda parte.

**CALIFICACIÓN FINAL:** Al sumar la nota obtenida en cada una de las tres partes se obtiene un máximo total de 9 puntos. El punto restante, hasta alcanzar un máximo de 10, se reserva para la presentación, ortografía y redacción del examen, a juicio del corrector.

## **OPCIÓN A**

### **1ª PARTE – PREGUNTAS DE TEST**

1.- La promoción de ventas:

- a.- Persigue un aumento de ventas a corto plazo.
- b.- Permite un contacto directo, sin intermediarios, entre consumidor y empresa.
- c.- Las dos opciones anteriores son correctas.

2.- En una sociedad anónima, los socios:

- a.- Aportan sólo trabajo.
- b.- Aportan sólo capital.
- c.- Aportan capital y trabajo.

3.- Los cambios de legislación se consideran parte del:

- a.- Entorno general de la empresa.
- b.- Entorno específico de la empresa.
- c.- Entorno interno de la empresa.

4.- Para que una empresa alcance el punto muerto:

- a.- Las ventas han de cubrir únicamente los costes fijos.
- b.- Las ventas han de cubrir únicamente los costes variables.
- c.- Las ventas han de cubrir los costes totales.

5.- En un museo se ha realizado un estudio para averiguar qué salas eran las más visitadas. Se realizó una entrevista a los visitantes que salían del museo durante varios días a lo largo de un trimestre. La técnica de recogida de información empleada es:

- a.- La observación.
- b.- La encuesta.
- c.- Ninguna de las opciones anteriores es correcta.

6.- Cuando hablamos del tamaño de las instalaciones de una empresa nos estamos refiriendo al concepto de:

- a.- Localización.
- b.- Dimensión.
- c.- Almacenamiento.

7.- El ciclo de vida del producto es:

- a.- La evolución de las ventas a lo largo del tiempo que está presente en el mercado.
- b.- La evolución del beneficio que proporciona a la empresa a lo largo del tiempo que está presente en el mercado.
- c.- La evolución de la rentabilidad que proporciona a la empresa a lo largo del tiempo que está presente en el mercado.

8.- De los siguientes elementos patrimoniales, cuál pertenece a los recursos propios (o financiación propia):

- a.- Un empréstito.
- b.- Las reservas.
- c.- Un crédito a largo plazo.

9.- De los siguientes conceptos, cuál es una masa patrimonial:

- a.- Balance de situación.
- b.- Exigible (Acreedores comerciales).
- c.- Inventario.

10.- ¿Cuál de los siguientes elementos **no** forma parte del concepto de empresa?

- a.- Hay coordinación entre factores productivos, financieros, comerciales,...
- b.- No se asume ningún tipo de riesgo.
- c.- La actividad se orienta a la obtención de unos objetivos.

## 2ª PARTE – TEMA A DESARROLLAR

La función directiva:

- a.- Desarrolle un esquema del tema propuesto.
- b.- Funciones básicas (planificación, organización, gestión y control).
- c.- El proceso de decisión (fases y sistemas de información).

## 3ª PARTE – EJERCICIO PRÁCTICO

Una empresa textil decide ofrecer a sus trabajadores el servicio de comedor. Si elabora la comida dentro de la empresa, la instalación de la cocina y la contratación de cocinero suponen unos costes fijos de 30.000 € y un coste variable unitario de 5 €. Si encarga los menús a un restaurante vecino, el coste de cada menú (contando el transporte) es de 8 €.

SE PIDE:

- a) Hallar a partir de qué cantidad de menús diarios es preferible elaborarlos en la propia empresa.
- b) Suponiendo que 500 trabajadores usaran el servicio de comedor una media de 200 días al año, calcular el coste de elaboración propia y el de adquisición de los menús al restaurante.
- c) Representación gráfica de los costes de producir y de comprar

## **OPCIÓN B**

### **1ª PARTE – PREGUNTAS DE TEST**

- 1.- Un mercado caracterizado por pocos oferentes y muchos demandantes se denomina:
  - a.- Competencia perfecta.
  - b.- Oligopolio de oferta.
  - c.- Monopolio.
- 2.- Un centro deportivo ha segmentado su mercado en función de la edad. El criterio de segmentación utilizado es de tipo:
  - a.- Demográfico.
  - b.- Geográfico.
  - c.- Socioeconómico.
- 3.- El balance de una empresa ofrece información de:
  - a.- Los recursos y deudas de una empresa.
  - b.- Gastos e ingresos del ejercicio.
  - c.- Entradas y salidas de tesorería.
- 4.- La forma más habitual de medir el tamaño de una empresa es en función de:
  - a.- El volumen de ventas y el número de trabajadores.
  - b.- El número de clientes y proveedores y los gastos de personal.
  - c.- Los metros cuadrados de instalación y el número de clientes.
- 5.- Los componentes de la marca son:
  - a.- El nombre y el logotipo.
  - b.- El nombre, el logotipo y la etiqueta.
  - c.- El nombre, el logotipo y el envase.
- 6.- De estas funciones, ¿cuál es desempeñada directamente por la dirección de la empresa?
  - a.- El control de las actividades y de sus resultados (o la planificación de la actividad / o la organización de las actividades).
  - b.- La venta de productos.
  - c.- La gestión de inventarios en los almacenes.
- 7.- La etapa del Ciclo de Vida del Producto en la que las ventas se estabilizan se denomina:
  - a.- Madurez.
  - b.- Crecimiento.
  - c.- Declive.
- 8.- La cuenta de proveedores refleja:
  - a.- Lo que debemos a los proveedores.
  - b.- Lo que nos deben a nosotros los proveedores.
  - c.- El capital que aportan a la empresa los proveedores.

9.- Los costes fijos:

- a.- Se multiplican por el número de unidades producidas para hallar los costes variables.
- b.- Son siempre superiores a los costes variables.
- c.- Se suman a los costes variables para obtener los costes totales de la empresa.

10.- Son condicionantes básicos de la fijación de precios:

- a.- El punto muerto y el coste de la mano de obra.
- b.- La cuota de mercado de la empresa y la de la competencia.
- c.- El coste y la demanda.

## 2ª PARTE – TEMA A DESARROLLAR

La función financiera de la empresa:

- a.- Desarrolle un esquema del tema propuesto.
- b.- Equilibrios financieros y fondo de maniobra.
- c.- Métodos de valoración y selección de proyectos de inversión (criterios estáticos y dinámicos).

## 3ª PARTE – COMENTARIO DE TEXTO

### “Inditex corta más tela en Europa que en España”

Amaya Guillermo. Expansión, jueves 22 de marzo de 2007.

Inditex ya es un grupo principalmente europeo. Si en 2005, la compañía con sede en Arteixo (La Coruña) superó a su rival sueco H&M, en 2006 ha ingresado más en Europa que en España. En el ejercicio anual que cerró el pasado 31 de enero, las ventas de Inditex en España representaron el 39,6% del total frente al 40,6% del resto de Europa. Para el consejero delegado del grupo, Pablo Isla, que calificó 2006 como un “año satisfactorio”, la evolución de la compañía en Europa confirma que “la internacionalización avanza”.

Inditex, propietaria de cadenas de moda como *Zara*, *Massimo Dutti*, *Bershka* y *Oysho*, entre otras, facturó 8.196 millones de euros en 2006, un 22% más que el año anterior. El beneficio neto aumentó un 25%, hasta 1.002 millones de euros, superando las previsiones del consenso de analistas consultados por *Bloomberg*. [...]

El 80% de las ventas de Inditex se concentraron en el mercado europeo, zona en la que el grupo seguirá impulsando su crecimiento, seguida por Asia, región en la que, en los próximos tres años, Inditex quiere conseguir el 15% de sus ingresos.

Para mantener este ritmo de crecimiento estable, que le ha llevado a duplicar su tamaño en los últimos tres años, Inditex prevé invertir entre 850 y 950 millones de euros este año para abrir de 440 a 520 tiendas y ampliar sus centros logísticos. En sus planes más inmediatos está la creación de una nueva plataforma logística para su cadena *Bershka* en Barcelona, para la que ya tiene el suelo. Por el momento, Inditex no contempla la creación de centros logísticos en Asia.

**Tiendas.** El año pasado, la compañía inauguró 439 establecimientos, hasta 3.131 locales al final del ejercicio, el mismo número de tiendas que registró en el ejercicio 2006 su rival estadounidense Gap, al que ya ha superado. La compañía, que descarta estar interesada en adquirir locales de Gap en Estados Unidos, mantiene su modelo de negocio en el crecimiento orgánico.

Las ventas de Inditex a superficie comparable (en tiendas abiertas hace al menos un año a tipos de cambio constantes) crecieron un 5,5%. Este dato, que Isla calificó de adecuado, ha podido ser una de las razones por las que la bolsa penalizó ayer las acciones de la compañía con una caída de un 3,21%, hasta 44,08 euros por título.[...] Para Isla, la evolución de la compañía en bolsa “no es relevante, ya que Inditex está más pendiente de los resultados a largo plazo“. El año pasado, las acciones del grupo se revalorizaron un 48%.

**CONTESTE A LAS SIGUIENTES PREGUNTAS:**

- 1.- Internacionalización de la empresa.
- 2.- Describa las inversiones de la empresa que se citan en el texto.
- 3.- En su opinión ¿Cuáles son las razones para que Inditex crezca más en el extranjero que en España? (al menos, dos razones).