

	<p align="center"><b>Pruebas de Acceso a Enseñanzas Universitarias Oficiales de Grado Mayores 25 y 45 años Castilla y León</b></p>	<p align="center"><b>ECONOMÍA DE LA EMPRESA</b></p>	<p align="center"><b>EXAMEN</b>  Nº páginas: 8</p>
---	--	---	--

**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 16 y se multiplicará por 4, dando como resultado la nota de la primera parte. En caso de que dicha nota sea negativa la puntuación final de la parte del test será cero.

**SEGUNDA PARTE:** El ejercicio práctico se corregirá valorando cada epígrafe con 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 comentario de texto se valorará aplicando los mismos criterios que en la segunda parte.

## **OPCIÓN A**

### **1ª PARTE – PREGUNTAS DE TEST**

1. No existe capital en el momento de constitución de una sociedad:
  - a.- Colectiva.
  - b.- Comanditaria por acciones.
  - c.- Anónima.
  
2. Una ventaja de la forma de organización como sociedad anónima es:
  - a.- La facilidad para vender las acciones.
  - b.- Unos objetivos siempre coincidentes entre los accionistas y los directivos de la sociedad.
  - c.- No contar siempre con toda la información suficiente sobre la gestión de los directivos.
  
3. Entre los factores más importantes a considerar en la localización industrial en una economía desarrollada está:
  - a.- La proximidad a fuentes de agua potable.
  - b.- Disponer de buenas redes de comunicaciones y medios de transporte.
  - c.- Contar con amplias zonas de viviendas de protección oficial para los empleados.

4. ¿Cuál es la definición que mejor se adapta al concepto de “franquicia”?
  - a.- Acuerdo a través del cual una empresa cede a otra el derecho a usar una marca o fórmula comercial de reconocido prestigio a cambio de unos pagos periódicos.
  - b.- Alianza de dos o más empresas que aportan capital para constituir una nueva sociedad conjunta para desarrollar una actividad en la que tienen un interés común y que supone un cierto riesgo.
  - c.- Asociación que forman dos o más empresas para acometer un proyecto concreto de duración limitada, asociación que se disuelve una vez concluye el proyecto.
  
5. Una característica de la estructura matricial es:
  - a.- La claridad en la definición de las áreas de autoridad y responsabilidad, así como que la comunicación y las órdenes son directas.
  - b.- La combinación del modelo de departamentalización por funciones y por proyectos, en la que especialistas de diferentes departamentos funcionales se unen para trabajar en proyectos específicos.
  - c.- La creación de una serie de unidades organizativas que funcionan de manera autónoma y están coordinadas por la dirección general.
  
6. En la eficiencia de la comunicación pueden surgir interferencias derivadas de:
  - a.- La actitud y el comportamiento de emisor y receptor.
  - b.- El tipo de estructura organizativa de la empresa.
  - c.- El tipo de liderazgo ejercido por la dirección.
  
7. Si tenemos que elegir entre dos formas de producción, “artesanal” y “manufactura”, donde “artesanal” utiliza más cantidad del factor productivo “mano de obra” y menor cantidad del factor productivo “maquinaria”, en tanto que “manufactura” utiliza mayor cantidad del factor productivo “maquinaria” y menor cantidad del factor productivo “mano de obra”, lográndose tanto con “artesanal” como con “manufactura” la misma cantidad de producto, la elección se basará en la combinación de mayor:
  - a.- Eficiencia técnica.
  - b.- Eficiencia económica.
  - c.- Punto muerto.
  
8. Para que una empresa obtenga beneficio es condición necesaria que:
  - a.- Los ingresos superen a los costes variables.
  - b.- El precio de venta sea inferior al coste variable medio.
  - c.- Los costes fijos sean menores que los costes variables.
  
9. En el enfoque de “marketing social” de la función comercial el elemento diferenciador frente a otros enfoques es:
  - a.- Producir al mínimo coste el producto que más satisfaga las necesidades de los clientes.
  - b.- Considerar, conjuntamente, los beneficios de la empresa, la satisfacción de los consumidores y el bienestar de la sociedad a medio y largo plazo.
  - c.- Mantener muy activas las redes sociales de la empresa.
  
10. La suma de los consumidores actuales y de los que podrían llegar a serlo con una política de marketing eficaz constituye el mercado:
  - a.- De referencia.
  - b.- Potencial.
  - c.- Tendencial.

11. En la fase del ciclo de vida del producto de introducción:
  - a.- Los ingresos son elevados, por la novedad del producto.
  - b.- Existen pérdidas por los escasos ingresos y los elevados costes de lanzamiento.
  - c.- Es el momento en el que el beneficio es máximo.
  
12. Al conjunto de los bienes y derechos le denominamos:
  - a.- Balance.
  - b.- Activo.
  - c.- Patrimonio neto.
  
13. La ordenación de las partidas o elementos del activo se realiza:
  - a.- De menor a mayor grado de liquidez.
  - b.- De menor a mayor valor económico (importe).
  - c.- De menor a mayor exigibilidad.
  
14. La compra de títulos valores en la bolsa constituye un ejemplo de inversión:
  - a.- De funcionamiento.
  - b.- Permanente o estructural.
  - c.- Financiera.
  
15. El valor del tipo de interés o coste del dinero que hace nula la expresión del valor actual neto se denomina:
  - a.- *Pay-back*.
  - b.- Tasa interna de rentabilidad.
  - c.- Flujo neto total por unidad monetaria desembolsada.
  
16. Para proteger a los antiguos accionistas de una empresa que cuenta con reservas ante una nueva emisión de acciones (ampliación de capital) podemos:
  - a.- Emitir nuevas acciones, pero que no superen en número a las ya existentes.
  - b.- Informar en primer lugar de dicha emisión a los actuales accionistas.
  - c.- Darles a los antiguos accionistas el derecho de suscripción preferente.

## 2ª PARTE – EJERCICIO PRÁCTICO

Doña Lavanda Espliego quiere ampliar su gama de productos de cosmética. Sus técnicos le presentan dos proyectos con los siguientes flujos de caja:

Proyecto	Q0	Q1	Q2	Q3
A	-380	54	170	¿?
B	-380	90	115	305

Sabiendo que el coste de capital de doña Lavanda es del 4,6% y que el valor actual neto (VAN) del proyecto A es de 23,60 unidades monetarias.

SE PIDE:

- a.- El flujo de caja número 3 del proyecto A.
- b.- El VAN del proyecto B para un coste de capital del 4,6%.
- c.- Razonar qué proyecto debería elegir doña Lavanda aplicando el criterio de decisión del VAN.

## Los supermercados Dia cumplen 45 años en plena apuesta por el ecommerce y tras renovar su marca blanca

20 minutos, 23/01/2025

La **cadena de supermercados** Dia cumple 45 años este jueves con 2.300 tiendas en toda España, de las que 1.500 son franquicias. En un comunicado, la distribuidora ha recordado que la primera tienda del grupo se abrió hace más de 40 años en el barrio madrileño de Valdezarza y que, en aquel momento, se basaba en un modelo de supermercado 'hard discount' que supuso toda una revolución en el sector. Luego Dia fue extendiendo su propuesta por otras ciudades españolas como Barcelona y Sevilla.

Desde la compañía han destacado que se "democratizó el acceso a productos de calidad marcando un antes y un después en el sector". Lo que han definido como "el paso de la tradicional tienda de ultramarinos hacia una nueva forma de entender la compra". Desde Dia han destacado que ya son "un referente en distribución alimentaria" y que en su amplia red se combinan las tiendas propias y las franquicias "para estar más cerca de los clientes".

### *Con marcas blancas desde 1984*

Por otra parte, la enseña ha destacado también el refuerzo de la **marca propia** que ha ido ganando peso en la cesta de la compra por el reciente impulso de la **inflación** y las nuevas tendencias de consumo. Al respecto, han recordado que según un informe de la consultora Circana solo entre agosto de 2023 y julio de 2024, el 58,5% de los alimentos comprados por los españoles en los supermercados respondían a esta tendencia, al proporcionar al consumidor una mejor relación calidad-precio. En Dia, han recalcado, la apuesta por la marca propia comenzó en 1984 con el lanzamiento de su primera enseña que fue "un detergente exclusiva". Algo que la convirtió en una pionera en el mercado español. "Desde entonces, esta se ha convertido en una de las insignias de la compañía, acercando a los clientes productos de gran calidad a precios asequibles", destacan.

El portfolio de marcas propias se comenzó a transformar a partir de 2020 revisando más de 2.400 referencias de la máxima calidad dentro del proyecto 'Nueva Calidad Dia' y, en colaboración con más de 600 proveedores locales, la cadena de supermercados ha reformulado recetas, rediseñado envases y adoptado productos adaptados a las nuevas demandas.

### *Expansión de las franquicias*

Otra de las apuestas históricas de la enseña son las **franquicias**, tras la apertura de la primera de ellas en Tarancón (Cuenca) en 1989, se han convertido en un pilar fundamental en la expansión de Dia. Un modelo que le ha permitido ganar capilaridad y presencia en zonas urbanas y rurales. En 2024, ya contaba con 1.500 franquicias operativas, Dia lo que supuesto también brindar oportunidades a más de 1.000 emprendedores que gestionan sus propios negocios bajo el paraguas de la marca. Los franquiciados suponen un 64% de la red formada, lo que le ha convertido en un "motor de desarrollo económico y social, garantizando productos de calidad en comunidades pequeñas y rurales".

Por otra parte, el canal online ha vivido un fuerte desarrollo reciente combinando su propio sitio web y una aplicación móvil que ya ha superado los 5 millones de descargas, cubriendo el 84% de la población española, incluyendo 4 millones de residentes en municipios con menos de 10.000 habitantes. Este canal ha registrado alzas del 25% en ventas y ya cuenta con un surtido de más de 7.000 referencias.

### *Más de un cuarto de siglo de 'Club Dia'*

Por otro lado, Dia lanzó en 1998 el 'Club Dia' que se convirtió en el primer club de fidelización de estas características en España, con descuentos y promociones. Esta iniciativa ya contaba con

6 millones de socios en 2024 y con la posibilidad de ahorrar hasta un 25% anual en la cesta de la compra. La compañía informa de que destinó 150 millones de euros en 2024 y más de 500 millones en los últimos cuatro años en promociones, descuentos personalizados y cupones exclusivos.

#### CONTESTE A LAS SIGUIENTES PREGUNTAS:

- a.- Defina desde el punto de vista económico los siguientes conceptos: cadena de supermercados, marca propia (marca blanca), inflación, franquicia.
- b.- Canal de distribución: concepto y tipos según el número de intermediarios.
- c.- Identifique en el texto diferentes estrategias llevadas a cabo por la cadena de supermercados Dia para impulsar su crecimiento.

### OPCIÓN B

#### 1ª PARTE – PREGUNTAS DE TEST

1. Es un derecho de todo accionista de una sociedad anónima, por el hecho de ser socio:
  - a.- Votar en el consejo de administración.
  - b.- Estar informado de las actuaciones de los administradores de la sociedad.
  - c.- Adquirir bonos y obligaciones de la sociedad.
2. Las empresas públicas se caracterizan por:
  - a.- Ser propiedad de varios socios.
  - b.- Pertenecer su capital y su control a la Administración pública.
  - c.- Tener más de 250 trabajadores.
3. ¿Qué característica tienen en común la sociedad anónima y la sociedad limitada?
  - a.- Pueden constituirse con uno o más socios.
  - b.- Los socios responden de las deudas sociales más allá del importe de su inversión en la sociedad.
  - c.- Su órgano de gobierno se denomina asamblea.
4. El proceso de inversión directa de una empresa multinacional en un país extranjero se puede realizar a través de:
  - a.- La creación de filiales propias de la empresa multinacional.
  - b.- Operaciones de exportación directa sin creación de una nueva empresa.
  - c.- Acuerdos con terceras empresas sin creación de una sociedad conjunta.
5. Uno de los criterios más comunes para medir la dimensión de la empresa es:
  - a.- El volumen de ventas.
  - b.- El tamaño de su planta.
  - c.- El número de clientes.
6. ¿Qué tipo de comunicación no se suele contemplar dentro de la organización formal?
  - a.- La comunicación horizontal.
  - b.- La comunicación descendente.
  - c.- La comunicación ascendente.

7. En el tamaño óptimo de pedido no influye:
  - a.- El nivel de stock de seguridad.
  - b.- El coste de realización de un pedido.
  - c.- El coste anual de mantener almacenada una unidad de producto.
  
8. Los costes que cambian al modificarse la cantidad de producción son:
  - a.- Los costes fijos.
  - b.- Los costes fijos y los costes variables.
  - c.- Los costes variables y los costes totales.
  
9. El coste de producir una unidad adicional más es el coste:
  - a.- Marginal medio.
  - b.- Medio.
  - c.- Marginal.
  
10. La cuota de mercado de una empresa aumenta si:
  - a.- Aumentan las ventas de la empresa en mayor proporción que el aumento de ventas del mercado.
  - b.- Disminuyen las ventas de la empresa en mayor proporción que la disminución de ventas del mercado.
  - c.- Aumentan las ventas de la empresa en menor proporción que el aumento de ventas del mercado.
  
11. Cuando los esfuerzos se centran en hacer productos de alta calidad buscando que por sus características sean demandados y se vendan solos sin ningún esfuerzo, dentro de la función comercial estamos hablando del enfoque:
  - a.- Producto.
  - b.- Ventas.
  - c.- Marketing social.
  
12. La venta de madera con destino a la industria del mueble forma parte del mercado:
  - a.- Industrial.
  - b.- De servicios.
  - c.- De consumo.
  
13. Cuando se fija un precio alto al comienzo del lanzamiento de un nuevo producto para captar a la élite del mercado y después bajarlo para captar a otros segmentos se está realizando una estrategia de:
  - a.- Descremación.
  - b.- Penetración.
  - c.- Diferenciación.
  
14. La estructura económica es sinónimo de:
  - a.- Activo.
  - b.- Neto y pasivo.
  - c.- Patrimonio.
  
15. ¿Qué método de valoración financiera de inversiones consideras menos adecuado?
  - a.- El *pay-back*.
  - b.- El valor actual neto.
  - c.- La tasa interna de rentabilidad.

16. ¿El cálculo del valor actual neto procede a valorar todos los flujos de tesorería en el momento  $t=0$ ?
- Solo si el proyecto de inversión es de gran duración.
  - En algunos casos, pero no en todos.
  - En todos los proyectos de inversión.

## 2ª PARTE – EJERCICIO PRÁCTICO

Dados los siguientes elementos patrimoniales de una empresa de fabricación de productos cosméticos, y su valor en miles de unidades monetarias: Acreedores por prestación de servicios: 7.000, Aplicaciones informáticas: 10.000, Caja y Bancos: 15.000, Capital social: 58.000, Clientes: 17.000, Construcciones: 105.000, Deudas a largo plazo con entidades de crédito: 75.000, Existencias: 45.000, Proveedores: 15.000, Reservas: 45.000, Resultado del ejercicio: ¿?

SE PIDE:

- Elaborar un balance de situación ordenando y agrupando los elementos en las correspondientes masas patrimoniales y calculando la cifra del resultado del ejercicio.
- Calcular el fondo de maniobra de la empresa.
- Interpretar la situación de la empresa siguiendo los resultados del fondo de maniobra.

## 3ª PARTE – COMENTARIO DE TEXTO

### **El club espera más de 10 M€ de superávit en Primera.**

*Diario de Valladolid (Arturo Alvarado) 19/06/2024*

Las cuentas del Real Valladolid aparecen en números rojos globales, según refleja éste en su portal de transparencia. El **patrimonio neto** negativo del club asciende a la cifra de 17.442.508 euros a fecha de 30 de junio de 2023, hace casi un año. Y en el actual, en Segunda, estos guarismos han podido incrementarse, dado que las fichas de los jugadores y cuerpo técnico no bajan en la misma consonancia que los derechos de televisión.

En Zorrilla se trabaja también en el plano económico como si no hubiese venta, de forma que a falta de las directrices de LaLiga en cuanto a presupuesto y límites salariales, la intención es lograr un **superávit** en torno a los diez u once millones de euros para acabar con más de la mitad de esos números rojos, a los que hay que añadir los de esta temporada. Por tanto no habrá despensos en plantilla, sino que seguirá el cinturón apretado. Se trabaja rápido para hacer un presupuesto creíble por si surge un comprador que entre pronto, pues la deuda será descontada de la cantidad fijada en el acuerdo de compraventa. Es una de las patatas calientes de la operación. En cualquier caso la salud económica del club parece firme y no es una cantidad que le vaya a crear problemas. En Zorrilla la justifican por la pandemia y los dos descensos a Segunda División aunque es cierto que se ha disparado durante el último ejercicio 2023.

Esos 17.442.508 euros de patrimonio neto negativo eran 6.316.066 a 30 de junio de 2022, casi la tercera parte. En la misma fecha de 2021 la cifra era mucho más baja: sólo 539.164. Y en los dos años anteriores, desde que Ronaldo desembarcó en Zorrilla, ese patrimonio neto fue positivo: 2.400.885 € en 2020 y nada menos que 6.440.357 en 2019. La pérdida patrimonial neta desde el desembarco de Ronaldo ha sido en total de 23.882.865 €. Casi 24 millones.

Cabe recordar que el club pidió dos **préstamos** para obtener liquidez. Uno es por valor de 10 M€ a la firma alemana OLBBank, el año pasado. Los estados financieros intermedios de la entidad blanquioleta consignaron que de ese dinero se percibirán al contado 9,2 M€, considerándose el resto como gasto financiero. A corto plazo se registraron 4,4 M€, quedando los 5,6 restantes más allá de 2023.

El otro préstamo es conjunto con casi todos los clubes de LaLiga con el **fondo de inversión** CVC Capital Partners, que deja al Real Valladolid 42 M€, pero a plazos..

CONTESTE A LAS SIGUIENTES PREGUNTAS:

- a.- Defina desde el punto de vista económico los siguientes conceptos: patrimonio neto, superávit, préstamo, fondo de inversión.
- b.- Las fuentes de financiación de la empresa y su clasificación.
- c.- Identifique en el texto los motivos de la pérdida de patrimonio neto del Real Valladolid.