

<b>PRUEBA ACCESO A CICLOS FORMATIVOS DE GRADO SUPERIOR</b>	Junio 2016 OPCIÓN A: ECONOMÍA
--	----------------------------------

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

### Instrucciones:

- **Lee atentamente las preguntas antes de contestar.**
- **La puntuación máxima de cada pregunta está indicada en cada enunciado.**
- **Revisa cuidadosamente la prueba antes de entregarla.**

1. Señala si las siguientes afirmaciones son Verdaderas (V) o Falsas (F) y justifica la respuesta para las afirmaciones que consideres falsas: (1 punto: 0,2 por apartado)

- [ ] La escasez existe porque los recursos ilimitados no cubren las necesidades limitadas.  
**Falso. Los recursos son limitados y las necesidades ilimitadas.**
- [ ] En el sistema de libre mercado existe flexibilidad ante los cambios económicos.  
**Verdadero.**
- [ ] En la investigación de mercados, la observación del comportamiento del consumidor constituye una fuente de información primaria.  
**Verdadero.**
- [ ] Las economías domésticas pagan unas rentas a cambio de factores productivos.  
**Falso. Es una función de las empresas.**
- [ ] Si la productividad global de una empresa es 1,5 podemos afirmar que el coste de los factores productivos utilizados es mayor que el valor de la producción total obtenida.  
**Falso. El valor de la producción total es superior al coste de los factores productivos utilizados.**

2. Indica a qué concepto corresponde cada una de las siguientes definiciones. (1 punto: 0,2 por apartado)

	DEFINICIÓN	CONCEPTO
A.	Sistema económico en el que existen errores en la planificación y falta de flexibilidad en la toma de decisiones que pueden derivar en escasez de productos.	Sistema de planificación centralizada
B.	Conjunto de bienes, derechos y obligaciones que la empresa tiene en un momento determinado.	Patrimonio
C.	Capacidad productiva total de una empresa o máximo nivel de producción que puede alcanzar en un período de tiempo.	Dimensión
D.	Persona física que ejerce una actividad económica en nombre propio asumiendo el control y el riesgo derivado de su actividad.	Empresario individual, autónomo
E.	Valor de las alternativas a las que renunciamos si, entre una serie de alternativas, elegimos una.	Coste de oportunidad



3. Lee el siguiente fragmento de una noticia publicada en prensa y responde las cuestiones que se plantean a continuación. (2 puntos: 1 por apartado)

**“Ecoinnovar no es fácil ni difícil, es rentable”**

Todas las empresas pueden hacer ecoinnovación (ecología + innovación), al margen de su tamaño o actividad. Los motivos para ecoinnovar están relacionados con la satisfacción de las necesidades del mercado, la mejora de la imagen de la empresa y la eficiencia en sus procesos.

Además, los beneficios que produce la innovación ecológica afectan tanto al cliente y al medioambiente como a la marcha de la compañía (permite conseguir un incremento de las ventas y una mejora de su reputación).

La cadena de supermercados Mercadona es una empresa ecoinnovadora. Su apuesta se plasma en un modelo logístico para transportar más productos con menos recursos, optimizando la carga de palés y camiones y con el ecodiseño de productos. Las mejoras en logística han permitido a la cadena alcanzar un ahorro de 24 millones de euros gracias a reducir seis millones de kilómetros por carretera.

Adaptado de [CincoDías](#)

- A.** Extrae del texto dos objetivos cualitativos y dos objetivos cuantitativos.
- **Objetivos cualitativos:** satisfacer las necesidades del mercado, mejorar la imagen de la empresa, alcanzar la eficiencia en los procesos, mejorar la reputación de las empresas.
  - **Objetivos cuantitativos:** incremento de las ventas, ahorro de 24 millones de euros.
- B.** El titular de la noticia señala que ecoinnovar es rentable. ¿Qué es la rentabilidad?  
Es la relación entre el beneficio obtenido en un período de tiempo, normalmente un año, y el capital invertido. Esta relación se suele expresar en porcentaje, por lo que el cociente lo multiplicamos por 100.  
Rentabilidad = (Beneficio / Capital invertido) x 100

4. La empresa Divan SL se dedica a la fabricación y venta de sofás. Los datos del proceso productivo de esta empresa son los siguientes:

- Alquiler de las instalaciones y máquinas: 600.000€
- Precio de venta de cada sofá: 800€
- Coste variable de cada sofá: 500€

A partir de los datos anteriores, responde las cuestiones que se plantean a continuación.  
(4 puntos: 1 punto los apartados A y B, 2 puntos el apartado C)

- A.** Calcula el punto de equilibrio de mercado a partir de las siguientes funciones de oferta y demanda: Oferta = 1.400 + 2P, Demanda = 5.000 – 4P. Incluye los cálculos realizados.  
En equilibrio: Oferta = Demanda → 1.400 + 2P = 5.000 – 4P; 6P = 3.600; P = 600€(precio de equilibrio)  
Cantidad de equilibrio: 1.400 + (2x600) = 2.600 unidades; 5.000 – (4x600) = 2.600 unidades.  
Punto de equilibrio: Precio = 600€ Cantidad de equilibrio = 2.600 unidades.
- B.** La cantidad de equilibrio del mercado, ¿le permite obtener beneficios? Razona la respuesta.  
A partir del umbral de rentabilidad, la empresa comienza a obtener beneficios:  
Umbral de rentabilidad = CF / (pv – cvu) = 600.000/(800-500)= 2.000 unidades.  
La empresa sí obtendría beneficios porque es una cantidad de producto (2.600 unidades) superior al umbral de rentabilidad (2.000 unidades).  
Otra forma de calcularlo: Resultado = IT – CT = (2.600 x 800) – [600.000 + (2.600 x 500)] = 180.000€  
Obtiene beneficios para una producción de 2.600 unidades (cantidad de equilibrio del mercado).



- C. La empresa presenta el siguiente listado de cuentas, expresadas en euros. Elabora el balance de situación ordenado por masas patrimoniales, según el Plan General de Contabilidad.

Cuentas patrimoniales	Saldo (euros)
Construcciones	8.000
Acreedores	1.000
Productos terminados	4.000
Proveedores	2.000
Bancos C/C	3.000
Capital social	10.000
Deudas a largo plazo con entidades de crédito	5.000
Clientes	3.000

ACTIVO		PATRIMONIO NETO Y PASIVO	
<b>A) ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>8.000</b>	<b>A) PATRIMONIO NETO</b>	<b>10.000</b>
<b>Inmovilizado material</b>	<b>8.000</b>	<b>Fondos propios</b>	<b>10.000</b>
Construcciones	8.000	Capital social	10.000
<b>B) ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>10.000</b>	<b>B) PASIVO NO CORRIENTE</b>	<b>5.000</b>
Productos terminados	4.000	Deudas a L/P ent. de crédito	5.000
Clientes	3.000	<b>C) PASIVO CORRIENTE</b>	<b>3.000</b>
Bancos c/c	3.000	Proveedores	2.000
		Acreedores	1.000
<b>TOTAL ACTIVO (A+B)</b>	<b>18.000</b>	<b>TOTAL P. NETO Y PASIVO (A+B+C)</b>	<b>18.000</b>

5. Observa la siguiente imagen y responde las cuestiones que se plantean sobre la empresa Aceite Extra SL, dedicada a la elaboración y venta de aceite de oliva. (2 puntos: 0,5 puntos los apartados A y C, 1 el apartado B)

<b>DEBILIDADES</b>	<b>FORTALEZAS</b>
<b>AMENAZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>

- A. Explica qué representa la imagen.  
Es una matriz DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades) que permite ayudar a una empresa a encontrar sus puntos estratégicos para que los pueda usar consolidando sus fortalezas, minimizando sus debilidades, aprovechando las oportunidades y eliminando o reduciendo las amenazas.
- B. A continuación se plantean diferentes acontecimientos que han afectado al entorno de la empresa en los últimos años. Indica si pertenecen a su entorno específico o general y si suponen una debilidad, amenaza, fortaleza u oportunidad para la empresa.
- La empresa se ha estancado en el sector, con una rentabilidad inferior a la media, restándole competitividad frente a empresas del mismo sector.  
Debilidad de la empresa (rentabilidad por debajo de la media del sector) relacionada con el entorno específico de la empresa (competencia).
  - La reducción de los impuestos le ha permitido mejorar la rentabilidad de sus productos.  
Oportunidad relacionada con el entorno general (factores políticos-legales).



- La última campaña de publicidad ha generado una excelente imagen de la empresa entre los consumidores.  
Fortaleza de la empresa (buena imagen para los consumidores) relacionada con el entorno específico (clientes).
  - En el mercado ha aumentado la venta de productos sustitutivos y la empresa se está planteando un cambio de estrategia para fidelizar a sus clientes actuales.  
Amenaza relacionada con el entorno específico de la empresa (clientes, competencia).
- C.** Explica una estrategia de formación del precio que podría llevar a cabo esta empresa para diferenciarse de la competencia.

Sólo se pide explicar una de las siguientes estrategias:

- Fijar el mismo precio que la competencia, o muy similar, si piensa que su producto es idéntico al de la competencia y no quiere diferenciarse en precio.
- Fijar un precio menor si piensa que de esta manera aumentará sus ventas considerablemente, tanto como para compensar el vender el producto a un precio menor.
- Fijar un precio superior al de la competencia si la empresa considera que su marca goza de tal prestigio en el mercado que la clientela estará dispuesta a pagar un precio más elevado por su producto.

