

PRUEBA ACCESO A CICLOS FORMATIVOS DE GRADO SUPERIOR	Junio 2014 OPCIÓN A: ECONOMÍA
--	----------------------------------

DATOS DEL ASPIRANTE		CALIFICACIÓN PRUEBA
Apellidos:		Nombre:
D.N.I. 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. El siguiente cuadro muestra información incompleta sobre los sistemas económicos. (2 puntos, 1 punto por apartado)

A. Completa la información que falta para cada uno de los tres sistemas económicos.

Sistema económico	Quién decide qué, cómo y para quién producir	Ventaja	Inconveniente	País que lo aplica (ejemplo)
Economía de mercado	Mercado	Ej: La competencia fomenta la innovación y la mejora de los productos	Grandes diferencias en la distribución de la riqueza de la población.	Estados Unidos (aunque no existe ninguno puro realmente)
Economía de planificación centralizada	Estado	Las necesidades básicas de la población están cubiertas.	Ej: Falta de incentivos para los trabajadores	Corea del Norte
Economía mixta	Mercado y Estado	El Estado intenta corregir los fallos del mercado para conseguir mayor bienestar social.	Sigue habiendo fallos como los ciclos económicos con cambios bruscos	España, etc.

B. Señala si son verdaderas o falsas las siguientes afirmaciones sobre un mercado de bienes y servicios en una economía de libre mercado, sabiendo que las funciones de oferta y demanda son:

Oferta (Ox) = 140 + 20P

Demanda (Dx) = 260 - 10P

AFIRMACIÓN	V/F
Si se producen avances tecnológicos la demanda disminuye	F
La cantidad de equilibrio del mercado es de 220 unidades	V
La oferta aumenta a medida que aumenta el precio	V
El precio de equilibrio es de 8 euros	F
Si el precio del mercado es de 3 euros existe una escasez de oferta	V

Criterios de Evaluación:

Distinguir las distintas formas de resolver el problema económico en cada sistema económico.

Exponer básicamente el concepto de oferta y demanda del mercado, así como el mecanismo de fijación de precios.

2. La empresa Aguido, S.L. se dedica a la fabricación y comercialización de sillas y mesas de plástico en España, Portugal y Francia. Durante el último año contó con 130 trabajadores y facturó 38 millones de euros en ventas. A partir de estos datos, resuelve las siguientes cuestiones (3 puntos, 0,75 puntos por apartado):

A. Explica qué es una empresa y sus funciones en economía.

La empresa es un conjunto de factores de producción (recursos naturales, trabajo y capital) organizados y coordinados por la dirección para conseguir unos objetivos marcados en un plan, a través de la venta de bienes y servicios.

Sus funciones en economía es tomar decisiones sobre la producción y distribución de bienes y servicios (demandar factores productivos y ofrecer bienes y servicios a la sociedad)

B. Clasifica la empresa anterior en función de su tamaño, sector productivo y ámbito de actuación.

En función de su tamaño se trata de una mediana empresa (pues su plantilla es menor de 250 trabajadores y su volumen de negocio inferior a 50 millones de euros), perteneciente al sector secundario (se dedica a la transformación de unos bienes en otros más útiles para su uso), y multinacional, puesto que desarrolla su actividad en varios países.

C. Indica dos ventajas y dos inconvenientes que pueden asociarse al tamaño de la empresa anterior, en comparación con otras empresas de tamaño superior.

Al tratarse de una mediana empresa, **una pyme, las ventajas, a explicar dos**, serían:

- Son generadoras de empleo, porque suelen utilizar más mano de obra que capital.
- La organización suele ser flexible, favoreciendo la comunicación y la toma de decisiones, y que los trabajadores estén más motivados.
- El trato con los clientes suele ser más cercano, pues se ofrece un trato más personalizado.
- Pueden desarrollarse en mercados intersticiales, es decir, aprovechando los espacios que dejan las grandes empresas en los mercados al especializarse en ciertos productos.

Mientras que **los inconvenientes** son:

- La poca formación del personal de la empresa.
- El difícil acceso a la financiación porque las pymes suelen tener un patrimonio escaso.

Obsolescencia tecnológica, por la escasa capacidad económica y financiera, que no les permite restituir continuamente sus procesos tecnológicos.

D. Señala un factor del entorno general y un factor del entorno específico que podrían afectar a esta empresa y en qué forma.

De entre todos los factores, el alumno puede escoger y explicar libremente aquel que crea más oportuno:

Entorno general: factor económico, sociocultural, tecnológico, demográfico, político-legal.

Entorno específico: proveedores, clientes, competencia, intermediarios.

Criterios de Evaluación – Ejercicio 2:

Identificar qué es una empresa, sus objetivos y los distintos elementos que la forman.

Clasificar una empresa según los distintos criterios.

Explicar las ventajas e inconvenientes de las PYMES.

Identificar el sector productivo al que pertenece una empresa según una serie de datos.

Enumerar los distintos elementos del entorno próximo y general de una empresa en determinados supuestos.

3. Los responsables de marketing de una empresa quieren analizar su área comercial para lo cual hay que llevar a cabo dos procesos (2 puntos, 1 punto por apartado)

A. Relaciona cada una de las siguientes acciones de marketing con una de las variables del marketing-mix:

- Con la compra del producto se da una muestra de un producto distinto de la misma empresa. Promoción
- Los precios confusos consisten en marcar un precio bajo con la obligatoriedad de pagar otras cantidades por otros servicios. Precio
- El envase es la imagen que la empresa quiere transmitir del producto. Producto
- En el canal largo existen, como mínimo, dos intermediarios. Distribución

B. Relaciona cada una de las siguientes estrategias de comunicación y precios con el objetivo a conseguir:

Precio superior a la competencia	Precios psicológicos	Relaciones públicas	Promoción de ventas
----------------------------------	----------------------	---------------------	---------------------

OBJETIVO	ESTRATEGIA
Aumentar las ventas del producto mediante la oferta de muestras gratuitas.	Promoción de ventas
Fijar un precio que haga pensar que es menor de lo que realmente es.	Precios psicológicos
Darse a conocer y fomentar una imagen positiva en los consumidores patrocinando eventos deportivos.	Relaciones públicas
Diferenciar la marca y el producto y dar una imagen de mayor calidad que otros similares.	Precio superior a la competencia

Criterios de Evaluación

Identificar las variables del marketing-mix: producto, precio, distribución y comunicación.

Identificar las distintas estrategias de formación del precio desarrolladas por la empresa.

Reconocer las técnicas de comunicación de masas más usadas por la empresa.

4. La siguiente tabla recoge algunos datos del balance de una empresa y de su cuenta de pérdidas y ganancias a 31 de diciembre de 2013. (3 puntos, 1'5 puntos por apartado)

Activo No Corriente	9.000 €
Pasivo No Corriente	8.000 €
Patrimonio Neto	5.000 €
Pasivo Corriente	4.500 €
Beneficio antes de intereses e impuestos	4.000 €
Gastos financieros	800 €
Impuesto sobre sociedades	30%

A. Calcula el beneficio neto que obtendrá la empresa.

Beneficio antes de int. e impuestos	4.000
Gastos financieros	800
Beneficio antes de impuestos	3.200
Impuesto sobre sociedades (30%)	960
Beneficio Neto	2.240

B. Calcula el valor del activo corriente de la empresa e indica tres elementos patrimoniales que pueden formar parte del mismo.

Para calcular el Activo Corriente (AC): Pasivo Total = Activo no Corriente + Activo Corriente
 $17.500 = 9.000 + AC$; $AC = 8.500 \text{ €}$

Elementos patrimoniales que forman parte del mismo (sólo tendrán que indicar tres de ellos)

Existencias: mercaderías, materias primas, productos terminados, etc.

Realizable: clientes, clientes efectos comerciales a cobrar, deudores, etc.

Disponible o efectivo: caja, bancos c/c.

Crterios de Evaluación:

Clasificar los distintos elementos del patrimonio de la empresa.

Calcular el resultado de la empresa dado un listado de ingresos y gastos habituales en la empresa.