

INFORMACIÓN SOBRE LA PRUEBA DE ACCESO (PAU) A LA UNIVERSIDAD DE OVIEDO. CURSO 2009/2010

Materia: ECONOMÍA DE LA EMPRESA

1. COMENTARIOS Y/O ACOTACIONES RESPECTO AL TEMARIO EN RELACIÓN CON LA PAU: Indicaciones sobre la incidencia de los contenidos y competencias del currículo de Bachillerato en la evaluación de la materia dentro, exclusivamente, del contexto de la PAU.

En la elaboración de las pruebas de acceso a la Universidad en la materia de ECONOMÍA DE LA EMPRESA se fija como objetivo evaluar la capacidad de comprensión de la materia por el alumno y no un conocimiento estrictamente memorístico. Los alumnos deberán comprender y manejar los conceptos propios de la materia.

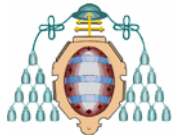
Las pruebas de acceso a la Universidad de Oviedo se ajustarán al Decreto 75/2008, de 6 de agosto, por el que se establece la ordenación y el currículo del Bachillerato en el Principado de Asturias, siendo los bloques de contenidos de la materia de Economía de la Empresa los siguientes:

- Bloque común
- La Empresa
- Desarrollo de la Empresa
- Organización y dirección de la Empresa
- La función productiva
- La función comercial de la empresa
- La función financiera
- La información en la Empresa

Aspectos concretos: Se considera a todos los efectos el Nuevo Plan General de Contabilidad.

Acuerdos vigentes en cursos anteriores:

- Ratios. El alumno no ha de memorizar los distintos ratios utilizados en la información contable. Sí deberá saber interpretar los resultados de los ratios aplicados en un supuesto de examen que aparezcan expresamente.
- En el apartado de inversiones deberá conocer el concepto y clases de inversiones.
- En el apartado de impuestos deberá conocer el concepto y tipos de impuestos.



2. ESTRUCTURA DE LA PRUEBA.

La prueba consta de cuatro cuestiones.

- La primera cuestión tendrá un valor de 4 puntos y será similar a la utilizada como obligatoria en los ejercicios del antiguo sistema, es decir, un problema numérico con varios apartados.
- Las tres preguntas restantes versarán sobre distintos apartados de la materia procurando el equilibrio entre las distintas partes del programa. Cada pregunta con un valor de 2 puntos. Serán preguntas similares a las utilizadas en los apartados A y B del modelo antiguo de examen.

En la FASE GENERAL al alumno se le entregan dos opciones para elegir una de ellas. En la FASE ESPECÍFICA el alumno dispondrá de una única opción. La estructura de la prueba es la misma en ambos casos.

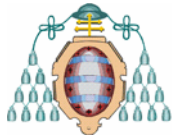
3. MATERIALES PERMITIDOS PARA RESOLVER LA PRUEBA.

Como materiales adicionales el alumno podrá disponer de *calculadora que no sea programable y una hoja en blanco*, que no ha de entregar al final con el examen, como ayuda para realizar operaciones.

4. CRITERIOS GENERALES DE CALIFICACIÓN.

Con la prueba se pretende valorar el conocimiento que el alumno tiene del conjunto del programa, objetivado por medio de la comprensión de conceptos, el manejo de lenguajes y la capacidad de análisis, relación y síntesis. Particularmente el alumno deberá mostrar su capacidad para:

- Reconocer y analizar las distintas formas de empresas y su relación con el entorno: estrategias de actuación individual y conjunta ante las exigencias del mercado.
- Discernir las ventajas e inconvenientes derivados de la forma jurídica de la empresa, su tamaño, propiedad y nivel tecnológico.
- Disponer de una versión global del funcionamiento de las empresas, reconociendo la función de sus áreas internas de actividad, así como sus relaciones con otras entidades.
- Identificar a partir de los datos elementales de la contabilidad, la estructura patrimonial de la empresa y sus fuentes de financiación, detectando posibles desajustes o desequilibrios.
- Analizar las ventajas e inconvenientes de las distintas modalidades de financiación, tanto internas como externas, evaluando las posibles opciones que se presentan en función del propio carácter de la empresa y sus objetivos.



- Comprender la complejidad de los elementos que configuran la estructura organizativa de la empresa, y la necesidad de alcanzar la eficiencia, coordinando tanto los diversos grupos que la conforman como la relación con el exterior.
- Integrar los distintos conocimientos de la materia, aplicándolos a casos prácticos en los que se consideren, desde aspectos parciales de funcionamiento hasta la concepción de la empresa en su conjunto.
- Se valorará la precisión de conceptos y la expresión razonada de las respuestas.

5. MODELO DE EXAMEN, ACOMPAÑADO DE SUS CRITERIOS ESPECÍFICOS DE CALIFICACIÓN.

[ECONOMÍA DE LA EMPRESA. Ejemplo de modelo de examen.pdf](#)

[ECONOMÍA DE LA EMPRESA. Ejemplo de Modelo de criterios de corrección.pdf](#)



OPCIÓN 1

1. La empresa Fartuquinos S.L. organiza el proceso productivo de elaboración y envasado de casadiellas en dos etapas; en la de elaboración trabajan 10 personas y en la de envasado 5. Cada empleado de la empresa trabaja 160 horas al mes. Se pueden llegar a elaborar 8.000 casadiellas al mes, y la capacidad máxima de envasado es de 10.000 unidades al mes.
 - a) ¿Cuál sería la productividad de los trabajadores en cada una de las dos etapas, si en cada una de ellas se pudiera trabajar a plena capacidad? (1,5 puntos)
 - b) ¿Cuántas casadiellas puede comercializar la empresa cada mes? ¿Por qué? (1,5 puntos)
 - c) ¿Cómo podría la empresa incrementar su productividad? (1 punto)
2. ¿Cómo pueden clasificarse los distintos sectores de la economía de un país? ¿Qué actividades engloba cada uno de ellos? (2 puntos)
3. ¿Qué se entiende por periodo medio de maduración de una empresa? ¿En qué empresa será mayor dicho periodo y por qué: en Bimbo que fabrica productos de alimentación o en General Motors que fabrica automóviles? (2 puntos)
4. Se afirma que en el marco de la economía del conocimiento es de gran importancia la motivación de los trabajadores en la empresa. ¿Qué efectos positivos se derivan de una adecuada motivación para la empresa y los propios trabajadores? Indique cuatro factores que influyan en la motivación. (2 puntos)



OPCIÓN 2

1. Yolanda acaba de abrir una peluquería. Estima que el coste variable de cada servicio son 4 euros y los costes fijos anuales de 30.000 euros.
 - a. Si cada cliente paga una media de 14 euros por servicio, ¿cuántos cortes de pelo, peinado, tintes, recogidos,... tiene que realizar al cabo del año para no incurrir en pérdidas? (1 punto)
 - b. Defina el concepto de punto muerto o umbral de rentabilidad de una empresa. (1 punto)
 - c. Yolanda se plantea cuántos servicios de peluquería tendría que efectuar para tener un beneficio de 12.000 euros anuales. Calcúlelo. (1 punto)
 - d. ¿Cómo se ve modificado el umbral de rentabilidad de la empresa cuando los costes fijos se incrementan un 10%, y los costes variables y el precio de venta del producto permanecen constantes? (1 punto)
2. Disponer de existencias en inventario permite facilitar la continuidad del proceso productivo y la satisfacción de pedidos de los clientes. ¿Tiene costes para la empresa? ¿Explique los tipos de costes que puede implicar? (2 puntos)
3. En la función comercial o de marketing se insiste en la necesidad de que la empresa esté orientada al mercado y/o al cliente. En este sentido, ¿cómo recomendaría usted a un empresario de una empresa de construcción, amigo suyo, que implantase dicha orientación? (2 puntos)
4. El análisis económico de la empresa permite determinar la rentabilidad económica de la misma. ¿Qué mide dicha rentabilidad? ¿Qué factores influyen en la variación de la rentabilidad económica? (2 puntos)



CRITERIOS DE CORRECCIÓN

OPCIÓN 1

1. Ejercicio 1

- a. En la etapa de elaboración 5 ($8000/(10 \cdot 160) = 5$) (0,75 puntos). En la etapa de envasado 12,5 ($10000/(5 \cdot 160) = 12,5$) (0,75 puntos).
 - b. 8.000 casadiellas (0,5 puntos). Porque no se pueden envasar más casadiellas de las que se elaboran y la capacidad máxima de elaboración son 8.000 unidades (1 punto).
 - c. La productividad se puede aumentar mejorando el rendimiento en el trabajo mediante la formación profesional, una mejor organización de esta fase, invirtiendo en nueva tecnología, mediante la motivación de los trabajadores (1 punto).
2. Sector Primario que comprende las actividades referentes a los recursos naturales, como la agricultura y la ganadería. Sector Secundario que incluye las actividades transformadoras o industriales, como por ejemplo, la construcción o las empresas textiles. Sector Terciario o de Servicios, que se ocupa de la prestación de servicios, como por ejemplo el comercio o los transportes (tres sectores 2 puntos; dos sectores 1 punto y un sector 0,5 puntos).
3. El periodo medio de maduración en una empresa se refiere a la duración media del ciclo de explotación: desde que las materias primas entran en el almacén, fabricación, obtención de productos terminados, almacenamiento, venta y hasta el cobro de los productos a los compradores (1 punto). Será mayor el ciclo de General Motors, debido a la naturaleza del producto con mayor tiempo dedicado a la fabricación, acabado, almacenamiento y venta (1 punto).
4. Motivación laboral: proporciona un sentimiento de satisfacción del trabajador en la realización de su tarea que le estimula a mejorar en su función, lo que repercute en la productividad y buen clima laboral (1 punto). La dirección puede motivar a los trabajadores mediante incentivos económicos, la participación en las decisiones, el reconocimiento de sus méritos, mediante formación y desarrollo personal, estimulando la creatividad (cuatro formas de motivación: 1 punto; tres formas: 0,5 puntos).



CRITERIOS DE CORRECCIÓN

OPCIÓN 2

1. Ejercicio 1

- 1) Tiene que realizar 3.000 servicios $(30.000/(14-4) = 3.000)$ (1 punto).
 - 2) El umbral de rentabilidad, o punto muerto, de la empresa hace referencia a la cantidad de producción necesaria para que la empresa no incurra en pérdidas; cualquier cantidad mayor le permite a la empresa obtener beneficios (1 punto).
 - 3) 4.200 servicios $(12000+30.000)/(14-4) = 4.200)$ (1 punto).
 - 4) El umbral de rentabilidad se incrementa en un 10 por ciento. 3.300 servicios $(33.000/ (14-4) = 3.300)$ (1 punto).
2. Sí tiene costes para la empresa. Costes de almacenamiento y mantenimiento del inventario (lo que cuesta tener en perfectas condiciones de uso o venta las unidades en inventario y el coste de oportunidad por tener recursos invertidos en el inventario y no en otra alternativa más rentable). Costes de realización de pedidos, son los costes administrativos de gestionar y realizar los pedidos al proveedor. Costes de ruptura de stocks, son los que se producen cuando la empresa se queda sin unidades en inventario y no puede llevar a cabo la producción, o servir al mercado (tres tipos de costes 2 puntos; dos tipos de costes 1,25 puntos; un tipo de costes 0,5 puntos).
3. Orientación al mercado o al cliente. Se basa en el conocimiento de los deseos, gustos y comportamiento de los clientes que se convierten en el centro de interés de la empresa. A partir de este conocimiento se trata de adaptar la oferta de productos a sus deseos y necesidades conocidos lo mejor posible (1 punto). En este caso al empresario se le recomendaría estudiar con detalle los gustos y deseos de los actuales compradores de viviendas para tratar de ofrecerles aquello que más les pueda interesar, como alquileres con opción de compra, pago aplazado u otras posibilidades (1 punto).
4. La rentabilidad económica es el cociente entre el beneficio de la empresa y el valor de su activo. Mide la capacidad del activo para generar beneficios (1 punto). En su valor influye el margen comercial, es decir, lo que la empresa gana por unidad vendida (cuanto mayor sea el margen comercial mayor será la rentabilidad económica de la empresa) y la cantidad de productos que vende (cuanto más unidades consiga vender, empleando los mismos recursos, mayor será la rentabilidad económica de la empresa) (1 punto).