

 POLITÉCNICA	<p align="center">UNIVERSIDADES PÚBLICAS DE LA COMUNIDAD DE MADRID PRUEBA DE ACCESO A LAS ENSEÑANZAS UNIVERSITARIAS OFICIALES DE GRADO</p> <p align="center">Curso 2015-2016</p> <p>MATERIA: ECONOMÍA DE LA EMPRESA</p>	<p align="center">MODELO</p>
<p align="center"><u>INSTRUCCIONES Y CRITERIOS GENERALES DE CALIFICACIÓN</u></p> <p>Después de leer atentamente todas las preguntas, el alumno deberá escoger una de las dos opciones propuestas y responder a las cuestiones de la opción elegida.</p> <p>CALIFICACIÓN: Las preguntas 1ª y 2ª se valorarán sobre 1 punto cada una, las preguntas 3ª a 6ª sobre 2 puntos cada una.</p> <p>TIEMPO: 90 minutos.</p>		

OPCIÓN A

1. Enumere los principales órganos de gobierno de una sociedad anónima (0,5 puntos) y defina la función esencial de cada uno (0,5 puntos).
2. Defina los conceptos de estrategia de diferenciación de producto (0,5 puntos) y estrategia de liderazgo en costes (0,5 puntos).
3. Enumere cuatro funciones que desempeña el departamento de recursos humanos en la empresa (1 punto) y cuatro objetivos que persigue (1 punto).
4. ¿Qué es el Ciclo de Vida del Producto? (0,5 puntos). Indique sus fases (0,5 puntos). ¿En qué fase situaría el nuevo Apple Watch en España? (0,5 puntos). Indique, en esta fase, cuáles son las características en cuanto a ventas y beneficios (0,5 puntos).
5. La empresa Demliz se constituyó emitiendo 10.000 acciones a un precio de 3 € cada una. Después de cinco años la empresa ha generado unas reservas de 5.000 € y, en este momento, decide ampliar el capital mediante la emisión de 5.000 nuevas acciones a la par.
 - a) ¿Cuánto sería el valor del derecho preferente de suscripción? (1 punto).
 - b) ¿Cuántos derechos necesitaría un nuevo accionista para comprar una nueva acción y cuál sería el precio total que tendría que pagar por esa acción? (0,5 puntos).
 - c) Si un antiguo accionista posee actualmente 1.000 acciones ¿cuántas acciones nuevas podrá suscribir y a qué precio? (0,5 puntos).
6. Una empresa, para producir un determinado bien, está funcionando con la siguiente estructura de costes mensuales:
 Retribución total a los empleados: 20.000 €. Cuota fija de las facturas relativas a suministros relacionados con las tecnologías de información y comunicaciones: 4.000 €. Cuota variable de las facturas de suministros y servicios: 4 € por unidad producida. Gastos financieros: 6.000 €. Materias primas: 8 € por unidad producida. Energía: 5 € por unidad producida. Alquiler de locales: 12.000 €.

Con los datos anteriores, determine:

 - a) El precio de venta de su producto, si se sitúa en su umbral de rentabilidad o punto muerto, vendiendo 4.200 unidades en el mercado (1,25 puntos).
 - b) El coste total y el coste total medio para dicha producción (0,75 puntos).

OPCIÓN B

1. Explique brevemente la teoría del empresario de Schumpeter (1 punto).
2. ¿Qué es una estrategia de desarrollo del mercado? (0,5 puntos). Proporcione un ejemplo (0,5 puntos).
3. Una aerolínea española ofrece vuelos entre Madrid y Barcelona y Madrid y las principales capitales europeas (Berlín, Londres, París y Roma) y ha detectado varios cambios que se están produciendo en su entorno específico. Explique cómo afectará cada cambio al poder de mercado de esta aerolínea, siguiendo el enfoque de fuerzas competitivas de Porter: (a) la apertura del trayecto Madrid-Berlín por parte de una empresa alemana que no estaba cubriendo este trayecto (0,5 puntos); (b) la reducción en los precios del tren de alta velocidad entre Madrid y Barcelona (0,5 puntos); (c) la fusión de dos aerolíneas que también ofrecen vuelos de Madrid a las principales capitales europeas (0,5 puntos); (d) La fusión de las dos empresas productoras de hidrocarburos que suministran combustible a esta aerolínea (0,5 puntos).
4. Suponga que una empresa está analizando su función de producción:
 - a) ¿Qué debe interpretar como función de producción? (0,5 puntos).
 - b) ¿Cómo puede calcular la productividad de cada uno de sus factores de producción? (0,5 puntos).
 - c) Si el proceso productivo que utiliza la empresa se hubiera seleccionado frente a otros por su eficiencia técnica, explique qué criterio se habría seguido para ello (0,5 puntos).
 - d) Si frente a dos procesos productivos de idéntica eficiencia técnica, la empresa hubiera seleccionado el que utiliza por su eficiencia económica, explique el criterio que habría utilizado (0,5 puntos).
5. La empresa Fabric, S.A., presenta la siguiente situación patrimonial, relacionada con el balance final de situación a 31 de diciembre del año XXXX, expresada en unidades monetarias (um.):

El Capital suscrito por los socios en la constitución de la sociedad 20.000 um. Tiene inmovilizado material valorado en 26.000 um., siendo la amortización acumulada de dicho inmovilizado 8.000 um. Tiene pendiente de pagar a proveedores una cantidad por valor de 600 um. Las existencias de los productos para la venta están valorados en 400 um. Le queda pendiente de pago una deuda a largo plazo de 1500 um. Los derechos de cobro de clientes son 600 um. Mantiene unas reservas de 1.400 um. Dispone de una cuenta corriente en el banco con 900 um. y en caja tiene 300 um.

Con la información anterior, se pide:

 - a) El resultado del ejercicio, de acuerdo con los datos facilitados anteriormente (0,5 puntos).
 - b) Elaborar el balance final de situación, clasificado en sus distintas masas patrimoniales (0,5 puntos).
 - c) Calcular el fondo de maniobra al final del ejercicio (0,5 puntos).
 - d) Comentar la posición financiera a partir del fondo de maniobra (0,5 puntos).
6. Una empresa tiene derechos de cobro a 60 días reconocidos en letras de cambio. El valor nominal de dichas letras es 43.000 euros (cuentas pendientes de cobro a clientes). Estas letras de cambio se descuentan en una entidad financiera que aplica un tipo de interés del 5% anual. Si en la operación de descuento se aplica año comercial (360 días) y no se aplican comisiones:
 - a) Calcule el efectivo recibido de la entidad financiera tras el descuento de las letras de cambio y el importe de los intereses descontados, o descuento, en euros (1,5 puntos).
 - b) Explique el objetivo perseguido con el descuento de letras de cambio y por qué la entidad financiera descuenta intereses (0,5 puntos).

ECONOMÍA DE LA EMPRESA

CRITERIOS ESPECÍFICOS DE CORRECCIÓN Y CALIFICACIÓN

OPCIÓN A

1. El alumno debe saber cuáles son los órganos de gobierno de una sociedad y sus funciones.
2. El alumno debe conocer las diferentes estrategias empresariales.
3. El alumno debe conocer las características del mercado de competencia imperfecta y entre ellos identificar el oligopolio.
4. El alumno debe conocer el ciclo de vida de un producto y las características principales de sus fases.
5. El alumno debe saber calcular el derecho preferente de suscripción y el precio a pagar por las acciones nuevas, en las ampliaciones de capital, tanto por los antiguos accionistas como por los nuevos.
6. El alumno debe saber calcular el umbral de rentabilidad. Debe conocer el concepto de costes fijos, variables y totales. También debe saber obtener el coste total medio.

OPCIÓN B

1. El alumno debe conocer la teoría del empresario de Schumpeter.
2. El alumno debe conocer las diferentes estrategias de crecimiento de una empresa.
3. El alumno debe conocer cómo afectan los cambios en el entorno específico a la empresa.
4. El alumno debe conocer los conceptos de función de producción de la empresa y de eficiencia técnica y económica.
5. El alumno debe saber calcular el resultado de ejercicio, después de ordenar las masas patrimoniales del balance de situación de la empresa. También debe saber calcular e interpretar el fondo de maniobra.
6. El alumno debe saber calcular el efectivo y el descuento en una operación de descuento comercial de letras de cambio. También debe conocer el objetivo de dicha operación.

ECONOMÍA DE LA EMPRESA

SOLUCIONES

OPCIÓN A

1. Determine los principales órganos de gobierno de una sociedad anónima (0,5 puntos) y defina la función esencial de cada uno (0,5 puntos).

SOLUCIÓN:

Los órganos de gobierno son la Junta General de Accionistas y el Consejo de Administración.

- Junta General de Accionistas: reunión de todos los accionistas en la que se deciden los asuntos importantes de la empresa que son de su competencia: entre los más habituales, elección del Consejo de Administración, modificación de estatutos de la sociedad, aprobación de cuentas anuales y del reparto de beneficios.
- Consejo de Administración: órgano encargado de la administración de la sociedad, de fijar su política general y de representar a la sociedad en sus relaciones con terceros.

2. Defina los conceptos de estrategia de diferenciación de producto (0,5 puntos) y estrategia de liderazgo en costes (0,5 puntos).

SOLUCIÓN:

La estrategia de diferenciación de producto consiste en ofrecer un producto original, con características distintas de los productos que ofrece la competencia, generalmente un producto de mayor calidad, orientado a un segmento particular de la población, atendiendo a factores como el diseño del producto, la calidad o servicios posteriores a la venta.

La estrategia de liderazgo en costes consiste en ofrecer un producto que no tiene características particularmente distintas de los productos de la competencia y cuyo atractivo principal es el bajo precio (la empresa produce con unos costes inferiores a los competidores, lo cual le permite reducir los precios o aumentar el margen). En estos casos, es frecuente que el producto no se dirija a un segmento concreto de la población, sino que se siga una estrategia de marketing masivo.

3. Enumere cuatro funciones que desempeña el departamento de recursos humanos en la empresa (1 punto) y cuatro objetivos que persigue (1 punto)

SOLUCIÓN:

Las funciones del departamento de recursos humanos son:

- Organización y planificación de la plantilla que dependerá de la organización de la empresa.
- Reclutamiento de los candidatos y selección del personal en función de las necesidades de la empresa.
- Orientación y formación de los seleccionados para que se adapten a las características de la empresa.
- Evaluación y control de las actividades que desempeñan los trabajadores.

Los objetivos son:

- Maximizar las prestaciones en todos los departamentos de la empresa.
- Incrementar el potencial de todos los trabajadores.
- Dirigir los esfuerzos de los trabajadores hacia los objetivos generales de la empresa.
- Conseguir una mejor productividad en la empresa.

4. ¿Qué es el Ciclo de Vida del Producto? (0,5 puntos). Indique sus fases (0,5 puntos). ¿En qué fase situaría el nuevo Apple Watch en España? (0,5 puntos). Indique, en esta fase, cuáles son las características en cuanto a ventas y beneficios (0,5 puntos).

SOLUCIÓN:

- Son las fases/etapas en las ventas de un producto desde que se introduce en el mercado hasta que desaparece.
- Las fases son: introducción/lanzamiento, crecimiento, madurez y declive.
- El producto, en este momento, está en la fase de introducción o lanzamiento.
- En esta fase las ventas comienzan creciendo lentamente. El beneficio puede ser casi inexistente, nulo o negativo (pérdidas).

5. La empresa Demliz se constituyó emitiendo 10.000 acciones a un precio de 3 € cada una. Después de cinco años la empresa ha generado unas reservas de 5.000 € y, en este momento, decide ampliar el capital mediante la emisión de 5.000 nuevas acciones a la par.

- ¿Cuánto sería el valor del derecho preferente de suscripción? (1 punto).
- ¿Cuántos derechos necesitaría un nuevo accionista para comprar una nueva acción y cuál sería el precio total que tendría que pagar por esa acción? (0,5 puntos).
- Si un antiguo accionista posee actualmente 1.000 acciones ¿cuántas acciones nuevas podrá suscribir y a qué precio? (0,5 puntos).

SOLUCIÓN:

a) Valor Teórico Contable antes de la ampliación = (Capital social antes de la ampliación + Reservas) / nº acciones antiguas; $V_a = (30.000 + 5.000) / 10.000 = 3,5$ euros/acción.

Ampliación: nº acciones nuevas x valor emisión; $5.000 \times 3 = 15.000$ euros

Valor Teórico Contable después de la ampliación: $V_d = (35.000 + 15.000) / 15.000 = 3,33$ euros/acción

Derecho preferente de suscripción = $V_a - V_d = 3,5 - 3,33 = 0,1667$ euros

b) Canje = Acciones nuevas (5.000) / Acciones antiguas (10.000); Canje= 1/2, es decir podrá adquirir 1 acción nueva por cada 2 antiguas.

Coste para el nuevo accionista = $(0,1667 \text{ euros} \times 2 \text{ derechos}) + (3 \text{ euros} \times 1 \text{ acción nueva}) = 3,33$

c) El antiguo accionista, al tener 1.000 acciones, tiene 1.000 derechos por lo que podría adquirir 500 acciones nuevas a un precio de 3 euros.

6. Una empresa, para producir un determinado bien, está funcionando con la siguiente estructura de costes mensuales:

Retribución total a los empleados: 20.000 €. Cuota fija de las facturas relativas a suministros relacionados con las tecnologías de información y comunicaciones: 4.000 €. Cuota variable de las facturas de suministros y servicios: 4 € por unidad producida. Gastos financieros: 6.000 €. Materias primas: 8 € por unidad producida. Energía: 5 € por unidad producida. Alquiler de locales: 12.000 €

Con los datos anteriores, determine:

- El precio de venta de su producto, si se sitúa en su umbral de rentabilidad o punto muerto, colocando 4.200 unidades en el mercado (1,25 puntos).
- El coste total y el coste total medio para dicha producción (0,75 puntos).

SOLUCIÓN:

$$a) K_T = 20.000 + 4.000 + 4x + 6.000 + 8x + 5x + 12.000 = 42.000 + 17x$$

Para calcular el umbral de rentabilidad:

$$px = 42.000 + 17x$$

$$x = 4.200 \Rightarrow p = \frac{42.000 + 17x}{x} = 27 \text{ €}$$

- El coste total para dicha producción es 113.400 euros y el coste total medio (coincide con el precio) es 27 €

OPCIÓN B

1. Explique brevemente la teoría del empresario de Schumpeter (1 punto).

SOLUCIÓN:

Este autor considera que el empresario es el innovador, aquel que aplica una nueva forma de producir, introduce un nuevo producto, una nueva idea, etc. Esta innovación genera un monopolio temporal que le produce beneficios extraordinarios, hasta que el resto de empresas la imitan.

Por lo tanto, es elemento esencial del crecimiento económico.

2. ¿Qué es una estrategia de desarrollo del mercado? (0,5 puntos). Proporcione un ejemplo (0,5 puntos).

SOLUCIÓN:

Consiste en introducir los productos actuales de la empresa en nuevos mercados.

Por ejemplo, exportando el producto a otros países donde no exista previamente (Zara). Dirigiéndolo a nuevos segmentos (productos infantiles que se amplían al resto de la familia (Johnson baby)).

3. Una aerolínea española ofrece vuelos entre Madrid y Barcelona y Madrid y las principales capitales europeas (Berlín, Londres, París y Roma) y ha detectado varios cambios que se están produciendo en su entorno específico. Explique cómo afectará cada cambio al poder de mercado de esta aerolínea, siguiendo el enfoque de fuerzas competitivas de Porter: (a) la apertura del trayecto Madrid-Berlín por parte de una empresa alemana que no estaba cubriendo este trayecto (0,5 puntos); (b) la reducción en los precios del tren de alta velocidad entre Madrid y Barcelona (0,5 puntos); (c) la fusión de dos aerolíneas que también ofrecen vuelos de Madrid a las principales capitales europeas (0,5 puntos); (d) La fusión de las dos empresas productoras de hidrocarburos que suministran combustible a esta aerolínea (0,5 puntos).

SOLUCIÓN:

(a) Se trata de la entrada de un competidor nuevo en el trayecto Madrid-Berlín. Esto reducirá el poder de mercado de la aerolínea ya que los clientes tendrán más opciones de vuelo y por tanto esto limitará la capacidad de fijar precios altos por parte de la empresa.

(b) El tren de alta velocidad es un producto sustitutivo. Por tanto una reducción en el precio de estos billetes reducirá el poder de mercado de la aerolínea. El motivo es que los clientes van a tener más opciones alternativas para viajar de Madrid a Barcelona y por tanto la aerolínea no podrá fijar precios muy altos.

(c) Al fusionarse los dos competidores, se reduce el número de competidores y por tanto el nivel de competencia en el mercado, lo cual hace que el poder de mercado de la aerolínea aumente.

(d) En este caso se trata de la fusión de dos proveedores, y su efecto será una reducción del poder de mercado de la aerolínea, puesto que reducirá las alternativas de compra de combustible que tiene la empresa, y esto llevará a una reducción de su poder de negociación con los proveedores.

4. Suponga que una empresa está analizando su función de producción:

a) ¿Qué debe interpretar como función de producción? (0,5 puntos).

b) ¿Cómo puede calcular la productividad de cada uno de sus factores de producción? (0,5 puntos).

c) Si el proceso productivo que utiliza la empresa, se hubiera seleccionado frente a otros por su eficiencia técnica, explique qué criterio habría seguido para ello (0,5 puntos).

d) Si frente a dos procesos productivos de idéntica eficiencia técnica, la empresa hubiera seleccionado el que utiliza por su eficiencia económica, explique el criterio que habría utilizado (0,5 puntos).

SOLUCIÓN:

- a) Como aquella función que relaciona los factores de producción utilizados y sus cantidades, con los niveles de producto obtenido.
- b) Para cada nivel de producción, dividiendo las unidades de producción obtenidas por las unidades de factor de producción utilizadas.
- c) Seleccionar aquel proceso que permita obtener la misma cantidad de producto con menos unidades de factores productivos.
- d) Seleccionar aquel proceso que permita producir la misma cantidad con menor coste.

5. La empresa Fabric, S.A., presenta la siguiente situación patrimonial, relacionada con el balance final de situación a 31 de diciembre del año XXXX, expresada en unidades monetarias (um.):

El Capital suscrito por los socios en la constitución de la sociedad 20.000 um. Tiene inmovilizado material valorado en 26.000 um., siendo la amortización acumulada de dicho inmovilizado 8.000 um. Tiene pendiente de pagar a proveedores una cantidad por valor de 600 um. Las existencias de los productos para la venta están valorados en 400 um. Le queda pendiente de pago una deuda a largo plazo de 1500 um. Los derechos de cobro de clientes son 600 um. Mantiene unas reservas de 1.400 um. Dispone de una cuenta corriente en el banco con 900 um. y en caja tiene 300 um.

Con la información anterior, se pide:

- a) El resultado del ejercicio, de acuerdo con los datos facilitados anteriormente (0,5 puntos).
- b) Elaborar el balance final de situación, clasificado en sus distintas masas patrimoniales (0,5 puntos).
- c) Calcular el fondo de maniobra al final del ejercicio (0,5 puntos).
- d) Comentar la posición financiera a partir del fondo de maniobra (0,5 puntos).

SOLUCIÓN:

a) El resultado del ejercicio, de acuerdo con los datos facilitados anteriormente:

Para calcular el resultado del ejercicio, al total del activo le restamos el total del patrimonio neto más pasivo, sin el resultado de ejercicio: $20.200 - 23.500 = - 3.300$

b) Elaborar el balance final de situación, clasificado en sus distintas masas patrimoniales.

Activo		Patrimonio neto y Pasivo	
Activo no corriente	18.000	Fondos propios	18.100
Inmovilizado Material	26.000	Capital	20.000
Am. Ac. Inm. Mat	(8.000)	Reservas	1.400
Activo corriente	2.200	<i>Resultado de ejercicio</i>	<i>(3.300)</i>
Existencias	400	Pasivo no corriente	1500
Clientes	600	Deudas a L.P.	1500
Bancos c/c	900	Pasivo corriente	600
Dinero en caja	300	Proveedores	600
Total	20.200	Total	20.200

c) Calcular el fondo de maniobra (FM) al final del ejercicio

$FM = \text{Activo Corriente} - \text{Pasivo Corriente} = 2.200 - 600 = 1.600 \text{ um.}$

$FM = \text{Financiación permanente} - \text{Activo no corriente} = (18.100 + 1.500) - 18.000 = 1.600 \text{ um.}$

d) Comentar la posición financiera a partir del fondo de maniobra.

El fondo de maniobra positivo indica que el montante próximo a convertirse en dinero, cubre sobradamente a las partidas exigibles a corto plazo, por lo que los cobros previstos cubrirían los pagos a corto plazo. La posición financiera a corto plazo indica que la liquidez será suficiente para afrontar los pagos previstos.

El fondo de maniobra positivo indica que tiene un buen equilibrio financiero a corto plazo, ya que puede pagar sus deudas a corto con su activo corriente.

6. Una empresa tiene derechos de cobro a 60 días reconocidos en letras de cambio. El valor nominal de dichas letras es 43.000 euros (cuentas pendientes de cobro a clientes). Estas letras de cambio se descuentan en una entidad financiera que aplica un tipo de interés del 5% anual. Si en la operación de descuento se aplica año comercial (360 días) y no se aplican comisiones:

- a) Calcule el efectivo recibido de la entidad financiera tras el descuento de las letras de cambio y el importe de los intereses descontados, o descuento, en euros (1,5 puntos).

b) Explique el objetivo perseguido con el descuento de letras de cambio y por qué la entidad financiera descuenta intereses (0,5 puntos).

SOLUCIÓN:

a) Efectivo = $E = 43.000 [1 - (0,05/360) \times 60] = 42.641,67 \text{ €}$

Intereses descontados = Descuento = Valor nominal – Efectivo = $43.000 - 42.641,67 = 358,33 \text{ €}$

b) El descuento de letras de cambio permite a las empresas transformar sus letras de cambio (derechos de cobro futuros) en efectivo o liquidez inmediata.

La entidad financiera descuenta intereses porque adelanta efectivo a cambio de un derecho futuro.

Economía de la empresa	PROGRAMA
CURSO:2015-2016	<p>Currículo oficial: <i>DECRETO 67/2008, de 19 de junio, del Consejo de Gobierno, por el que se establece el currículo del Bachillerato para la Comunidad de Madrid (BOCM, 27 de junio 2008).</i></p> <p>Recomendaciones para la Prueba de Acceso a Estudios Universitarios</p>

CONTENIDOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<p><i>1. La empresa.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - La empresa y el empresario. - Clasificación, componentes, funciones y objetivos de la empresa. - Funcionamiento y creación de valor: La cadena de valor. - Interrelaciones de la empresa con su entorno general y específico. - Las fuerzas competitivas básicas. La estrategia competitiva de la empresa. - Análisis del marco jurídico que regula la actividad empresarial. - Valoración de la responsabilidad social y medioambiental de la empresa. 	<p>Conocer e interpretar los diversos componentes de la empresa, sus tipos, funciones e interrelaciones con su entorno, valorando la aportación de cada uno de ellos según el tipo de empresa</p>
<p><i>2. Desarrollo de la empresa.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Análisis de los factores de localización y dimensión de la empresa. - Consideración de la importancia de las pequeñas y medianas empresas y sus estrategias de mercado. - Estrategias de desarrollo: Especialización y diversificación; integración vertical y subcontratación; crecimiento interno y externo. - La internacionalización, la competencia global y las tecnologías de la información. - Identificación de los aspectos positivos y negativos de la empresa multinacional. 	<p>Identificar los rasgos principales del sector en que la empresa desarrolla su actividad y explicar, a partir de ellos, las distintas estrategias y decisiones adoptadas, valorando las posibles implicaciones sociales y medioambientales.</p>
<p><i>3. Organización y dirección de la empresa.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - La división técnica del trabajo y la necesidad de organización en el mercado actual. - Funciones básicas de la dirección. - Planificación y toma de decisiones estratégicas. - Modelos de gestión y liderazgo. - Diseño y análisis de la estructura de la organización formal e informal. - La gestión de los recursos humanos y su incidencia 	<p>Describir la organización de una empresa y sus posibles modificaciones en función del entorno en el que desarrolla su actividad, diferenciando entre organización formal e informal.</p>

<p>en la motivación.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Los conflictos de intereses y sus vías de negociación. 	
<p><i>4. La función productiva.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - El proceso productivo: Tipos de sistemas productivos. - Eficiencia y productividad. - Importancia de la innovación tecnológica: I + D + i. - Costes: Clasificación y cálculo de los costes en la empresa. - El equilibrio de la empresa en el supuesto de competencia perfecta. - Cálculo e interpretación del umbral de rentabilidad de la empresa. - Los inventarios y su gestión. - Valoración de las externalidades de la producción. Análisis y valoración de las relaciones entre producción y medio ambiente y de sus consecuencias para la sociedad. 	<p>Determinar para un caso sencillo la estructura de ingresos y costes de una empresa y calcular sus beneficios o pérdidas y su umbral de rentabilidad.</p>
<p><i>5. La función comercial de la empresa.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Evolución de la función comercial. - Concepto y clases de mercado. - Técnicas de investigación de mercados. - Análisis del consumidor y segmentación de mercados. - Mercado objetivo y posicionamiento. - Variables del marketing-mix y elaboración de estrategias. - Estrategias de marketing y ética empresarial. - Aplicación al marketing de las tecnologías de la información y la comunicación. 	<p>Analizar las características del mercado al que se dirige la empresa y explicar, de acuerdo con ellas, las políticas de marketing aplicadas por una empresa ante diferentes situaciones y objetivos.</p>
<p><i>6. La información en la empresa.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Obligaciones contables de la empresa. - La composición del patrimonio y su valoración. - Las cuentas anuales y la imagen fiel. - Elaboración del balance y la cuenta de pérdidas y ganancias. - Análisis e interpretación de la información contable. - Del balance social al balance ético: La responsabilidad corporativa. - La fiscalidad empresarial. 	<p>Identificar los datos más relevantes del balance y de la cuenta de pérdidas y ganancias, explicar su significado, diagnosticar su situación a partir de la información obtenida y proponer medidas para su mejora.</p>
<p><i>7. La función financiera.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Estructura económica y financiera de la empresa. 	<p>Diferenciar las posibles fuentes de financiación de la empresa y razonar sobre sus ventajas e</p>

<ul style="list-style-type: none"> - Análisis financiero de la empresa: El fondo de maniobra. - El ciclo de explotación y el período medio de maduración. - Concepto y clases de inversión. - Valoración y selección de proyectos de inversión. - Recursos financieros de la empresa. - Análisis de fuentes alternativas de financiación interna y externa. - Cálculo e interpretación de indicadores de rentabilidad económica y de equilibrio financiero. 	<p>inconvenientes en función del tipo de empresa.</p> <p>Valorar distintos proyectos de inversión sencillos y justificar razonadamente la selección de la alternativa más ventajosa.</p>
<p><i>8. Proyecto empresarial.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Proceso de creación de una empresa: Idea, constitución y viabilidad elemental. - El plan de empresa: Objetivos y elementos. - Análisis de ejemplos de planes de empresa y valoración de su utilidad como instrumento de análisis económico-financiero. 	<p>Analizar situaciones generales de empresas reales o imaginarias aplicando los conocimientos empresariales adquiridos y utilizando los recursos materiales adecuados y las tecnologías de la información.</p> <p>Diseñar y planificar un proyecto empresarial sencillo, con actitud emprendedora y creatividad, evaluando su viabilidad económica y financiera.</p>