

NOMBRE Y APELLIDOS _____

INSTITUTO _____

El examen se valorará sobre 100 puntos. Las cuestiones teóricas tienen un valor de 10 puntos cada una (total 30 puntos), los ejercicios tienen un valor de 20 puntos cada uno (total 40 puntos) y las preguntas relacionadas con la lectura tienen un valor de 30 puntos (10 y 20 puntos, respectivamente).

Tiempo: 120 minutos

CUESTIONES TEÓRICAS (ELEGIR 3)

1. Con respecto a la comunicación de las empresas, conteste a las siguientes preguntas:
 - a) Defina en qué consiste la publicidad, las relaciones públicas y el marketing directo, señalando las características principales de estas técnicas.
 - b) Ponga un ejemplo de cada una de las técnicas señaladas aplicado a una empresa hotelera.
2. Describa brevemente cuáles son los costes de transacción e identifíquelos en una transacción de compra-venta de un coche nuevo.
3. Explique qué son los ratios en el análisis económico y financiero de la empresa, para qué se utilizan y en qué se basan. Indique y comente, al menos, una ratio de cada ámbito (financiero y económico).
4. ¿Qué tipos de políticas, fiscales y monetarias, se pueden poner en marcha para reducir la inflación? ¿Qué consecuencias pueden acarrear sobre los niveles de empleo?

CUESTIONES PRÁCTICAS (ELEGIR 2)

Ejercicio 1

La empresa Alfa dispone de 55 millones de euros para acometer una de las dos inversiones siguientes (ambas con una duración de 2 años y con una tasa de descuento anual del 6% los dos años):

- Proyecto 1: Desembolso inicial de 55 millones de euros generando unos flujos netos de caja de 28,5 millones de euros el primer año y de 46 millones de euros el segundo año.
- Proyecto 2: Desembolso inicial de 55 millones de euros generando unos flujos netos de caja de 35 millones de euros tanto el primer año como el segundo año.

SE PIDE:

1. Valore ambos proyectos de inversión aplicando el criterio de valor actual neto y justifique cuál es la inversión recomendable con dicho criterio.
2. Calcule el plazo de recuperación de cada alternativa de inversión y justifique cuál es la opción recomendable aplicando este criterio. Compare las conclusiones obtenidas aquí con las obtenidas en el apartado anterior y comente las diferencias observadas.

Ejercicio 2

La empresa Beta presenta los siguientes saldos (datos en euros) en sus cuentas del Balance al cierre del ejercicio 2022:

Deudas a largo plazo con entidades de crédito, 380.000 €; Aplicaciones informáticas, 12.000 €; Materias Primas, 50.000 €; Proveedores, 100.000 €; Banco cuenta corriente, 40.000 €; Clientes, 100.000 €; Deudas a corto plazo con entidades de crédito, 55.000 €; Equipos para proceso de información, 120.000 €; Caja, 10.000 €; Productos terminados, 150.000 €; Reservas, 15.000 €; Amortización acumulada del inmovilizado material, 220.000 €; Capital Social, 70.000 €; Mobiliario, 100.000 €; Acreedores diversos a corto plazo, 34.000 €; Maquinaria, 400.000 €; Amortización acumulada del inmovilizado intangible, 12.000 €; Resultado del ejercicio, determinar.

SE PIDE:

1. Construir el Balance identificando sus masas patrimoniales y determinar el importe del Resultado neto del ejercicio 2022.
2. Calcule e interprete el fondo de maniobra (o capital circulante) de la empresa. Evalúe su endeudamiento mediante ratios.

Ejercicio 3

La siguiente tabla muestra los datos correspondientes al PIB per cápita (en euros) de Castilla León, Cataluña y España de España, según los datos del Instituto Nacional de Estadística

	2000	2021
Castilla y León	14474	24428
Cataluña	19442	29942
España	15975	25498

Fuente: Contabilidad Regional de España. Serie 2000-2021

Identifique:

- 1) Si se ha producido convergencia entre Castilla y León y España a lo largo del periodo. Arguméntelo numéricamente
- 2) Si se ha producido convergencia entre Cataluña y España a lo largo del periodo. Arguméntelo numéricamente
- 3) ¿Cómo tienen que ser las tasas de crecimiento de las regiones de renta per cápita más baja en relación con las de renta per cápita más alta para que exista convergencia efectiva entre las mismas?

NOTICIA DE ACTUALIDAD

“Toblerone tendrá que bajarse del monte Cervino: así será el nuevo logo de la popular marca de chocolates”

- *Esto se produce después de trasladar su producción a Eslovaquia*
- *La firma fue creada por el chocolatero suizo Theodor Tobler*
- *En 2016 desató una polémica al cambiar su forma para ahorrar costes*

<https://www.economista.es/actualidad/noticias/12176042/03/23/Toblerone-tendra-que-bajarse-del-Monte-Cervino-asi-es-el-nuevo-logo-de-la-popular-marca-de-chocolates.html>

El Economista, 6 de marzo de 2023

La popular marca de chocolates Toblerone, que comenzó a comercializarse hace 115 años en Suiza, se verá obligada por ley a dejar de usar el monte Cervino -también conocido como Matterhorn- como logo de sus envases, tras su reciente decisión de trasladar su producción a Eslovaquia.

La firma creada en 1908 por el chocolatero suizo Theodor Tobler se ha visto afectada por una ley que prohíbe usar símbolos nacionales -como la bandera o paisajes- para promocionar productos que no están hechos en el país. La ley de 2017 establece que para que un producto pueda presentarse como hecho en Suiza debe tener un 80% de sus materias primas provenientes del territorio, un porcentaje que todavía aumenta, al 100%, en el caso de la leche y sus derivados.

El traslado de la producción de Toblerone a Eslovaquia, concretamente a una planta de la capital Bratislava, fue anunciado en junio del año pasado, después de más de un siglo de fabricación en Berna, recuerda Efe.



La multinacional estadounidense Mondelez, dueña de Toblerone desde 2012, ha asegurado que a partir de ahora utilizará una cumbre más genérica. También cambiará el “fabricado en Suiza”, que también acompañaba a los envases, por “establecido en Suiza”. El tipo de letra también cambiará.

Fuente: iStock.

Con su característica forma triangular, este chocolate con almendra y miel tiene una presencia obligada en todas las tiendas turísticas de Suiza, incluidas las cercanas al icónico monte alpino, uno de los lugares más visitados del país, con una altura de 4.478 metros.

Toblerone combina el apellido del fundador de la marca con la palabra italiana *torrone*, un dulce de miel y almendras con un origen léxico similar al de los turrones españoles. Salió a la venta por primera vez en 1908 en Berna. Pero habría que esperar a 1970 para ver la silueta dentada del Matterhorn con el oso y el águila. Mondelez dijo que la capital suiza era una "parte importante de nuestra historia y seguirá siéndolo en el futuro".

En 2016, Toblerone generó una polémica mayúscula al cambiar el diseño de la barra de chocolate para espaciar los trozos triangulares en un intento por reducir los costes. Después de muchas críticas, la empresa volvió a la forma original dos años después.

SE PIDE:

1. En el texto se hace referencia a los cambios que ha de hacer la popular marca de chocolates Toblerone tras decidir trasladar su producción (en sus envases, logo e información de sus etiquetas). A este respecto, indicar cómo dichos cambios pueden influir en el posicionamiento de la marca en los distintos mercados internacionales.

2. Realice un análisis DAFO (debilidades, amenazas, fortalezas, oportunidades) de la decisión estratégica que ha tomado Toblerone de trasladar su producción a otro país.

NOMBRE Y APELLIDOS _____

INSTITUTO _____

A continuación, se presentan 20 preguntas tipo test (respuesta única, cada acierto suma 1 punto, cada fallo suma 0 puntos), que deberán ser contestadas en el recuadro.

Tiempo: 20 minutos

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20

1. La empresa de relojes SWATCH ofrece colecciones de relojes para hombres y colecciones para mujeres, con muchos estilos y diseños adaptados a distintas formas de ser y personalidad de los clientes. La empresa lleva a cabo una segmentación:

- a) Demográfica
- b) Psicográfica
- c) Geográfica
- d) Son correctas la a) y la b)

2. La empresa agroalimentaria FOODY quiere tener un mayor control sobre los puntos de venta. Para eso, adquiere diversas tiendas de ultramarinos DAIRY. ¿Qué estrategia de crecimiento estaría siguiendo?

- a) Integración vertical hacia adelante
- b) Integración vertical hacia atrás
- c) Integración horizontal
- d) Integración horizontal hacia atrás

3. La cuenta de resultados refleja:

- a) Los cobros y los pagos efectuados en un año contable
- b) Los ingresos y los gastos efectuados en un año contable
- c) Todas las inversiones y las desinversiones realizadas en el año contable
- d) Los recursos financieros ajenos obtenidos y aplicados durante el año contable

4. ¿Cuál de los siguientes acontecimientos se suele dar en la fase de madurez del ciclo de vida de los productos?

- a) Las ventas del producto descienden, debido a la introducción de productos sustitutivos, entre otras razones
- b) Se aplican distintas estrategias, como buscar nuevos usos al producto, o acceder a nuevos segmentos, para alargar la fase
- c) Es importante realizar un esfuerzo importante de comunicación para que se conozca el producto
- d) Las ventas crecen significativamente y aumenta el número de competidores

5. La empresa TOUS se caracteriza por comercializar una amplia gama de productos de joyería, relojes, bolsos, complementos, e incluso ropa de bebé y niños/as, que comparten, en todos los casos, la misma marca. Está llevando a cabo una estrategia de:
- Marca múltiple
 - Marca única
 - Marca del distribuidor
 - Segunda marca
6. La empresa KINE es una gran empresa suiza que tiene diferentes líneas de negocio: KINEMON para servicios financieros, KINEBUILD para productos de construcción y KINEHOME para servicios inmobiliarios ¿Qué estructura organizativa es recomendada para KINE?
- Estructura divisional
 - Estructura funcional
 - Estructura matricial
 - Ninguna de las anteriores es correcta
7. Una empresa elabora informes semanales en los que se recogen volúmenes de venta de sus productos por canal de distribución y evolución de sus costes, entre otros aspectos. Se trata de:
- Fuentes externas secundarias de información
 - Fuentes internas de información
 - Paneles
 - Encuestas
8. El balance (de situación) de una empresa:
- Comprende el activo, el pasivo y el patrimonio neto de la empresa
 - Permite conocer la situación de liquidez y de solvencia de la empresa
 - Incorpora la clasificación corriente/no corriente
 - Todas las anteriores afirmaciones son correctas
9. La amortización de determinados bienes de la empresa, se corresponde con:
- La devolución del dinero que nos han prestado para comprarlos
 - La estimación de su depreciación
 - La compra a plazos de su inmovilizado
 - La corrección valorativa por una pérdida reversible de su valor
10. Un empréstito es:
- Un préstamo bancario a largo plazo
 - Un préstamo bancario a corto plazo
 - Una fuente de financiación ajena mediante emisión de obligaciones
 - Una fuente de financiación ajena mediante emisión de acciones
11. Si el número de unidades fabricadas en una empresa está por debajo de su umbral de rentabilidad:
- El coste variable por unidad es superior al precio
 - Los ingresos totales son superiores a los costes totales
 - La empresa tiene beneficios
 - Ninguna de las anteriores es correcta

12. La empresa Veganshoes se dedica a la fabricación y comercialización de zapatillas de deporte veganas para todas las edades, hechas con materiales sostenibles y reciclados. Tienen una calidad y durabilidad mayor que el resto de zapatillas del mercado. ¿Qué estrategia competitiva está siguiendo?
- Veganshoes sigue una estrategia de liderazgo en costes
 - Veganshoes sigue una estrategia de segmentación o nicho
 - Veganshoes sigue una estrategia de diferenciación
 - Ninguna de las anteriores es correcta
13. El valor teórico de una acción, se corresponde con:
- El valor al que se emiten las acciones
 - El valor al que se compran o venden las acciones en bolsa
 - La parte que le corresponde a cada acción del patrimonio neto de la empresa
 - El valor nominal de la acción
14. Si la demanda de un bien es inelástica respecto del precio:
- El incremento del precio de ese bien provocará descensos menos que proporcionales en su demanda
 - El incremento del precio de ese bien provocará descensos más que proporcionales en su demanda
 - El incremento del precio de ese bien provocará descensos proporcionales en su demanda
 - No existirá relación entre el precio del bien y el producto
15. La curva de demanda a la que se enfrente un productor en competencia perfecta en el largo plazo:
- Es totalmente inelástica respecto del precio
 - Es totalmente elástica respecto del precio
 - Tiene pendiente positiva
 - Tiene pendiente negativa
16. En una economía en la que existe inflación:
- La diferencia en la tasa de crecimiento del PIB en términos corrientes y términos constantes es positiva
 - La diferencia en la tasa de crecimiento del PIB en términos corrientes y términos constantes es negativa
 - No existe diferencia entre la tasa de crecimiento del PIB en términos corrientes y términos constantes
 - Se están produciendo reducciones en los precios
17. La reducción en la tasa de paro de una economía se podría producir por:
- Una reducción del número de activos
 - Por generación de empleo
 - La respuesta a y b son correctas
 - Las respuestas a y b son incorrectas

18. La inflación puede producirse por:

- a) Un incremento del precio de los factores de producción
- b) Una reducción de la disponibilidad de los recursos naturales
- c) Un incremento de la demanda no acompañado de un incremento de la oferta
- d) Todas las respuestas son correctas

19. En un mercado de competencia perfecta

- a) El precio tiene que ser igual al coste marginal y, a corto plazo, puede ser superior al coste variable medio.
- b) El precio tiene que ser igual al coste marginal y, a corto plazo, puede ser inferior al coste variable medio.
- c) El precio tiene que ser igual al coste marginal y, a corto plazo, necesariamente igual al coste variable medio.
- d) Ninguna de las respuestas anteriores es correcta

20. Si los estudiantes mayores de 16 años fuesen considerados como activos, que no ocupan puesto remunerado, entonces

- a) La tasa de actividad se incrementaría
- b) La tasa de paro aumentaría
- c) La tasa de ocupación descendería
- d) Todas las respuestas son correctas