



**UNIVERSIDADES PÚBLICAS DE LA COMUNIDAD DE MADRID**  
**PRUEBA DE ACCESO A LAS ENSEÑANZAS UNIVERSITARIAS**  
**OFICIALES DE GRADO**

**Curso 2013-2014**

**MATERIA: ECONOMÍA DE LA EMPRESA**

**Modelo**

**INSTRUCCIONES Y CRITERIOS GENERALES DE CALIFICACIÓN**

1. Lea todas las cuestiones cuidadosamente.
2. Elija la opción (A o B) para la que considere que se encuentra mejor preparado/a.
3. Conteste únicamente a las cuestiones de la opción que haya elegido.
4. Recuerde que es muy importante demostrar seguridad en sus respuestas y procure expresarse con la mayor claridad posible.
5. Cada pregunta va acompañada por la puntuación máxima que se puede alcanzar en caso de contestarla correctamente.
6. Preste mucha atención para no cometer faltas ortográficas.

**TIEMPO:** Una hora y treinta minutos

**OPCIÓN A**

1. Diferencie la organización formal de la empresa de su organización informal (1 punto).
2. Defina la estrategia de “diversificación” de la empresa (1 punto).
3. Una empresa dedicada a la producción y comercialización de equipos, se enfrenta a los siguientes cambios: (a) aparición de nuevos fabricantes de dichos equipos, (b) crisis económica, (c) mayor poder de negociación de los distribuidores, (d) reducción de los tipos de interés, (e) consumo creciente de los equipos y, (f) aumento del precio del petróleo.
  - a) Señale los cambios que pertenecen al entorno general y los del específico, justificando su respuesta (1,5 puntos).
  - b) Comente cómo debe enfrentarse la empresa a los cambios del entorno (0,5 puntos).
4. Explique el concepto de ciclo de vida de un producto (0,5 puntos) y sus etapas (1,5 puntos).
5. Una empresa genera los siguientes costes mensuales en la fabricación de un bien: materias primas, 10 euros por unidad producida; energía y otros costes, 6 euros por unidad producida; alquiler de la nave, 6.000 euros; amortización, 1.000 euros; salarios, 20.000 euros; otros costes fijos, 3.000 euros y; otros costes variables, 2 euros por unidad producida.
  - a) Si el precio al que la empresa vende en el mercado cada unidad de bien es de 48 euros, determine las ventas mensuales que debería efectuar la empresa para cubrir los costes sin obtener beneficio (1 punto).
  - b) Calcule la cantidad mensual de unidades que tendría que vender para que, a dicho precio de mercado, obtuviera un beneficio del 12,5% del valor de las ventas (1 punto).
6. Una empresa cuya actividad principal consiste en la comercialización de electrodomésticos ofrece la siguiente información en euros: saldo medio de existencias, 3.000; saldo medio de clientes, 12.000; saldo medio de proveedores, 8.000; compras de electrodomésticos a crédito, 50.000; consumo de electrodomésticos (coste de ventas), 45.000 y; ventas de electrodomésticos a crédito, 85.000. Considerando año comercial de 360 días, se pide:
  - a) Calcule el período medio de maduración económico e interprete el resultado (1 punto).
  - b) Calcule el período medio de maduración financiero e interprete el resultado (1 punto).

## OPCIÓN B

1. Defina el concepto de empresario individual indicando alguna de sus ventajas e inconvenientes (1 punto).
2. Explique qué tipo de canal de distribución, según el número de intermediarios, utiliza una empresa que vende sus productos a través de comercio electrónico (1 punto).
3. La empresa CAMPESTRE, S.L. comenzó su actividad dedicándose al sector lácteo. En sus primeros años de vida su objetivo fundamental fue consolidarse y aumentar su volumen de ventas en el mercado nacional. Posteriormente, cuando el producto fue consolidándose, lanzó al mercado distintas variedades de productos: leche light, rica en calcio, con soja, etc. Posteriormente, adquirió una empresa dedicada a la producción de tetra-brick destinados al envasado de la leche. En la última etapa en su proceso de crecimiento adquirió una empresa dedicada al sector de ocio y turismo. Identifique y explique las distintas estrategias de crecimiento que la empresa ha llevado a cabo (2 puntos).
4. Para poder coordinar todos sus elementos y alcanzar sus objetivos, la empresa se divide en una serie de áreas funcionales que actúan conjuntamente. Señale al menos cuatro áreas importantes (1 punto) e indique cuáles son las características de cada una de ellas (1 punto).
5. Una empresa que se dedica a la comercialización de un artículo, el 31 de diciembre de 2012, presenta la siguiente información contable en euros:

Compras de mercaderías	150.000
Suministros	7.000
Seguridad Social a cargo de la empresa	10.100
Arrendamientos	4.000
Sueldos y Salarios	48.700
Ventas de mercaderías	251.000
Reparaciones y Conservación	1.000
Intereses de préstamos (gastos financieros)	2.500
Impuestos sobre beneficios (tipo impositivo 20%)	5.540
Activo no corriente	200.000
Activo corriente	70.000

- a) De acuerdo con el Plan General de Contabilidad, calcule el resultado de ejercicio y presente la cuenta de Pérdidas y Ganancias con los distintos niveles de resultados (1,25 puntos).
  - b) Defina y calcule la rentabilidad económica (0,75 puntos).
6. La empresa inmobiliaria IRIAL tiene la posibilidad de invertir en dos proyectos diferentes que desea valorar con el criterio del Valor Actual Neto (VAN). El Proyecto A (en la costa) exige un desembolso inicial de 90.000 euros y reportaría a los dos años 120.000 euros (por su venta). El Proyecto B (urbano) exige una inversión inicial de 95.000 euros y los flujos de caja esperados son de 40.000 y 60.000 euros durante el primer y segundo año, respectivamente. Sabiendo que el coste de capital de la empresa es el 5% anual, se pide:
  - a) Calcular el valor actual neto de cada proyecto (1,5 puntos).
  - b) Justificar razonadamente cuál de las dos inversiones debe emprender la empresa (0,5 puntos).

## **ECONOMÍA DE LA EMPRESA**

### **CRITERIOS ESPECÍFICOS DE CORRECCIÓN Y CALIFICACIÓN**

#### **OPCIÓN A**

1. El alumno debe conocer y diferenciar el concepto de estructura organizativa formal e informal.
2. El alumno debe saber definir la estrategia de “diversificación” de la empresa.
3. El alumno debe saber distinguir entre cambios del entorno específico y del entorno general y cómo se enfrenta la empresa al entorno cambiante.
4. El alumno debe conocer el concepto del ciclo de vida de un producto y las fases por las que pasa desde su lanzamiento hasta la caída de su demanda en el mercado.
5. El alumno debe saber determinar la ecuación de costes de una empresa, los diferentes tipos de costes asociados a la misma, el umbral de rentabilidad y el beneficio.
6. El alumno debe saber calcular el período medio de maduración económico y financiero e interpretar ambos resultados.

#### **OPCIÓN B**

1. El alumno debe conocer el concepto de empresario individual y las ventajas e inconvenientes de las distintas formas jurídicas de las empresas.
2. El alumno debe saber los canales de distribución, según el número de intermediarios que intervienen en ellos.
3. El alumno debe conocer distintas estrategias de crecimiento empresarial y aplicarlas a ejemplos.
4. El alumno debe conocer las principales áreas funcionales de la empresa.
5. El alumno debe saber clasificar la información contable según modelos normalizados de la cuenta de Pérdidas y Ganancias y debe calcular la rentabilidad económica de la empresa.
6. El alumno debe conocer el cálculo del valor actual neto de una inversión y, en función del resultado, valorar si se lleva a cabo o no.

# ECONOMÍA DE LA EMPRESA

## SOLUCIONES

### OPCIÓN A (SOLUCIONES)

1. Diferencie la organización formal de la empresa de su organización informal (1 punto).

#### SOLUCIÓN:

La organización formal es la parte de la estructura organizativa que está identificada y definida por la dirección de la empresa. Frente a ello, la organización informal son relaciones sociales o personales que no están preestablecidas por la dirección de la empresa, sino que surgen de forma espontánea.

2. Defina la estrategia de “diversificación” de la empresa (1 punto).

#### SOLUCIÓN:

La diversificación es una de las formas con las que la empresa puede plantear su crecimiento a través de la ampliación de su cartera de negocios, añadiendo oferta de nuevos productos y entrando en nuevos mercados. Algunas estrategias de diversificación pueden ser: el lanzamiento de productos complementarios o sustitutivos, la extensión de actividades integrándolas en la cadena de valor del sector, el aprovechamiento de oportunidades rentables que no tienen ninguna relación con los productos que ofrece habitualmente la empresa o con los mercados en los que actúa.

3. Una empresa dedicada a la producción y comercialización de equipos, se enfrenta a los siguientes cambios: (a) aparición de nuevos fabricantes de dichos equipos, (b) crisis económica, (c) mayor poder de negociación de los distribuidores, (d) reducción de los tipos de interés, (e) consumo creciente de los equipos y, (f) aumento del precio del petróleo.

a) Señale los cambios que pertenecen al entorno general y los del específico, justificando su respuesta (1,5 puntos).

b) Comente cómo debe enfrentarse la empresa a los cambios del entorno (0,5 puntos).

#### SOLUCIÓN:

- a) Los cambios que pertenecen al entorno general son: la crisis económica, la reducción de los tipos de interés y el aumento del precio del petróleo. Estos cambios afectan a todas las empresas en general.

Los cambios del entorno específico son: la aparición de nuevos fabricantes, el mayor poder de negociación de los distribuidores y el consumo creciente de los equipos. Estos cambios afectan de una manera concreta a cada una de las empresas del mismo sector.

- b) El entorno debe ser estudiado porque condiciona la actuación y el funcionamiento de la empresa. Las empresas deben analizar el entorno para anticiparse y adaptarse eficazmente a los cambios que se presentan en su entorno específico y en el entorno general. La empresa debe adaptarse tanto a los cambios negativos (crisis económica etc.) como a los positivos (mayor consumo de los equipos etc.).

4. Explique el concepto de ciclo de vida de un producto (0,5 puntos) y sus etapas (1,5 puntos).

#### SOLUCIÓN:

El ciclo de vida de un producto es el tiempo que discurre desde que el producto surge en el mercado hasta que desaparece (nace, crece, madura y muere). El ciclo de vida es distinto según los productos pues su duración, comportamiento del consumidor etc. son diferentes. Las etapas o fases en el ciclo de vida de un producto son:

- Etapas de introducción o lanzamiento: es la de la salida al mercado del producto y, en este momento, las ventas son bajas y el gran esfuerzo de la empresa se centra en darlo a conocer a sus potenciales consumidores. Para ampliar la demanda del producto, en esta etapa el coste de marketing es elevado. Se puede acudir a fuertes campañas de promoción, venta personal, publicidad etc.

•Etapa de crecimiento: tras fuertes inversiones en publicidad, las ventas crecen significativamente lo que conlleva un aumento de la producción. Ante el aumento de ventas y beneficios surgen nuevos competidores y la empresa debe conseguir la fidelización a la marca.

•Etapa de madurez: las ventas se estabilizan y, por ello, la publicidad busca nuevos consumidores. Se buscará la eficacia en costes y se reforzará la fidelidad del cliente hacia la marca. Se intensificará la diferenciación del producto acentuando los aspectos que lo destaquen.

•Etapa de saturación y de declive: las ventas disminuyen por el aumento de competencia, cambios en los gustos etc. La empresa debe replantearse su oferta en otros mercados, la remodelación del producto, dejar de fabricarlo etc.

5. Una empresa genera los siguientes costes mensuales en la fabricación de un bien: materias primas, 10 euros por unidad producida; energía y otros costes, 6 euros por unidad producida; alquiler de la nave, 6.000 euros; amortización, 1.000 euros; salarios, 20.000 euros; otros costes fijos, 3.000 euros y; otros costes variables, 2 euros por unidad producida.
- a) Si el precio al que la empresa vende en el mercado cada unidad de bien es de 48 euros, determine las ventas mensuales que debería efectuar la empresa para cubrir los costes sin obtener beneficio (1 punto).
- b) Calcule la cantidad mensual de unidades que tendría que vender para que, a dicho precio de mercado, obtuviera un beneficio del 12,5% del valor de las ventas (1 punto).

SOLUCIÓN:

$$a) K_T = 10x + 6x + 6.000 + 1.000 + 20.000 + 3.000 + 2x = 18x + 30.000$$

$$px = 18x + 30.000 \Rightarrow 48x = 18x + 30.000 \Rightarrow x = 30.000 / 30 = 1.000 \text{ unidades vendidas.}$$

$$b) \text{ beneficio} = \text{ventas} - \text{costes} = px - (18x + 30.000) = 0,125px$$

$$\Rightarrow 48x - 18x - 30.000 = 6x \Rightarrow (48 - 18 - 6)x = 30.000 \Rightarrow x = 30.000 / 24$$

$$\Rightarrow x = 1.250 \text{ unidades vendidas.}$$

6. Una empresa cuya actividad principal consiste en la comercialización de electrodomésticos ofrece la siguiente información en euros: saldo medio de existencias, 3.000; saldo medio de clientes, 12.000; saldo medio de proveedores, 8.000; compras de electrodomésticos a crédito, 50.000; consumo de electrodomésticos (coste de ventas), 45.000 y; ventas de electrodomésticos a crédito, 85.000. Considerando año comercial de 360 días, se pide:
- a) Calcule el período medio de maduración económico e interprete el resultado (1 punto).
- b) Calcule el período medio de maduración financiero e interprete el resultado (1 punto).

SOLUCIÓN:

FASE	ROTACIONES	Período (fase)
Venta	Consumo / saldo medio de existencias = 45.000/3.000 = 15 rotaciones	P= 360 / Rotación existencias = 360/15 = 24 días
Cobro	Ventas a crédito / clientes medios = 85.000/12.000 = 7,083	P= 360 / Rotación clientes = 360/7,08 = 50,82 días
Pago	Compras a crédito / proveedores medios = 50.000/8.000 = 6,25	P= 360 / Rotación proveedores = 360/6,25 = 57,6 días

- a) Período medio de maduración económico:  $24 + 50,82 = 74,82$  días.

El período medio de maduración económico es el tiempo que dura todo el ciclo de explotación, desde que se produce la entrada de los materiales en el almacén hasta que se cobran las facturas y letras de clientes.

b) Período medio de maduración financiero:  $24 + 50,82 - 57,6 = 17,22$  días.

El período medio de maduración financiero es el tiempo que la empresa tarda en recuperar el dinero que ha invertido en la compra de materiales para su posterior venta.

### OPCIÓN B (SOLUCIONES)

1. Defina el concepto de empresario individual indicando alguna de sus ventajas e inconvenientes (1 punto).

**SOLUCIÓN:**

El empresario individual es la persona física que ejerce de forma habitual y por cuenta propia una actividad comercial, industrial o profesional. Es una figura muy usual en el comercio minorista.

El empresario individual decide con plena autonomía cómo dirigir la empresa y qué hacer con los beneficios obtenidos. Es una forma sencilla de establecer un negocio.

El empresario individual asume todo el riesgo de la actividad empresarial, ya que responde con todo su patrimonio de las deudas de la empresa. La empresa es muy dependiente del talento y trabajo de su fundador.

2. Explique qué tipo de canal de distribución, según el número de intermediarios, utiliza una empresa que vende sus productos a través de comercio electrónico (1 punto).

**SOLUCIÓN:**

Es un canal de distribución directo con un único agente que interviene en el proceso de distribución: fabricante-consumidor.

3. La empresa CAMPESTRE, S.L. comenzó su actividad dedicándose al sector lácteo. En sus primeros años de vida su objetivo fundamental fue consolidarse y aumentar su volumen de ventas en el mercado nacional. Posteriormente, cuando el producto fue consolidándose, lanzó al mercado distintas variedades de productos: leche light, rica en calcio, con soja, etc. Posteriormente, adquirió una empresa dedicada a la producción de tetra-brick destinados al envasado de la leche. En la última etapa en su proceso de crecimiento adquirió una empresa dedicada al sector de ocio y turismo. Identifique y explique las distintas estrategias de crecimiento que la empresa ha llevado a cabo (2 puntos).

**SOLUCIÓN:**

-Consolidación y aumento de su volumen de ventas en el mercado nacional: estrategia de expansión, concretamente de penetración en el mercado.

-Lanzamiento al mercado de distintas variedades de productos: expansión, concretamente desarrollo de productos.

-Adquisición de una empresa dedicada a la producción de tetra-brick destinados al envasado de la leche: integración vertical hacia atrás, a través de crecimiento externo.

-La adquisición de una empresa dedicada sector de ocio y turismo: diversificación no relacionada, a través de crecimiento externo.

4. Para poder coordinar todos sus elementos y alcanzar sus objetivos, la empresa se divide en una serie de áreas funcionales que actúan conjuntamente. Señale al menos cuatro áreas importantes (1 punto) e indique cuáles son las características de cada una de ellas (1 punto).

**SOLUCIÓN:**

Las cuatro áreas son:

- Área comercial: incluye el conjunto de actividades necesarias para hacer llegar, a los consumidores, los bienes y servicios producidos.

- Área de producción: controla el aprovisionamiento de las materias primas y gestiona la producción de los bienes y servicios.

- Área de inversión y financiación: capta los fondos necesarios para el funcionamiento de la empresa y analiza la política de inversiones.

- Área de recursos humanos: selecciona y contrata trabajadores, se dedica a la formación y organiza todo el personal, además de la administración y gestión de la documentación que se deriva de ello.

5. Una empresa que se dedica a la comercialización de un artículo, el 31 de diciembre de 2012, presenta la siguiente información contable en euros:

Compras de mercaderías	150.000
Suministros	7.000
Seguridad Social a cargo de la empresa	10.100
Arrendamientos	4.000
Sueldos y Salarios	48.700
Ventas de mercaderías	251.000
Reparaciones y Conservación	1.000
Intereses de préstamos (gastos financieros)	2.500
Impuestos sobre beneficios (tipo impositivo 20%)	5.540
Activo no corriente	200.000
Activo corriente	70.000

- a) De acuerdo con el Plan General de Contabilidad, calcule el resultado de ejercicio y presente la cuenta de Pérdidas y Ganancias con los distintos niveles de resultados (1,25 puntos).
- b) Defina y calcule la rentabilidad económica (0,75 puntos).

SOLUCIÓN: a)

Cuenta de pérdidas y ganancias	
Venta de mercaderías	251.000
Compras de mercaderías	(150.000)
Reparaciones y Conservación	(1.000)
Arrendamientos	(4.000)
Sueldos y Salarios	(48.700)
Seguridad Social a cargo de la empresa	(10.100)
Suministros	(7.000)
A. RESULTADO DE LA EXPLOTACIÓN (BAIT)	30.200
Intereses de préstamos	(2.500)
B. RESULTADO FINANCIERO	(2.500)
C. RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	27.700
Impuestos sobre beneficios (20%)	(5.540)
D. RESULTADO DEL EJERCICIO	22.160

- b) La rentabilidad económica (RE) de la empresa es el rendimiento del activo, es decir, de las inversiones totales de la empresa. Se relacionan los beneficios antes de intereses e impuestos (30.200) con el activo (270.000).

$$RE = \text{Resultado de explotación} / \text{activo total} = 30.200 / (200.000 + 70.000) = 11,2\%$$

6. La empresa inmobiliaria IRIAL tiene la posibilidad de invertir en dos proyectos diferentes que desea valorar con el criterio del Valor Actual Neto (VAN). El Proyecto A (en la costa) exige un desembolso inicial de 90.000 euros y reportaría a los dos años 120.000 euros (por su venta). El Proyecto B (urbano) exige una inversión inicial de 95.000 euros y los flujos de caja esperados son de 40.000 y 60.000 euros durante el primer y segundo año, respectivamente. Sabiendo que el coste de capital de la empresa es el 5% anual, se pide:

- a) Calcular el valor actual neto de cada proyecto (1,5 puntos).
- b) Justificar razonadamente cuál de las dos inversiones debe emprender la empresa (0,5 puntos).

SOLUCIÓN:

- a) Cálculo del VAN de ambos proyectos:

$$\text{VAN A (costa)} = -90.000 + (120.000 / 1,1025) = 18.843,54 \text{ euros}$$

$$\text{VAN B (urbano)} = -95.000 + (40.000 / 1,05) + (60.000 / 1,1025) = -95.000 + 38.095,24 + 54.421,77 = -2.482,99 \text{ euros}$$

- b) Dado que el VAN del proyecto B (urbano) es negativo se debe abandonar (pues no se recuperaría la inversión inicial), por lo que el proyecto a emprender debe ser el A (de la costa).

<b>Economía de la empresa</b>	<b>PROGRAMA</b>
<b>CURSO:2013-2014</b>	<p><b>Curriculo oficial:</b> <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</i> (BOCM, 27 de junio 2008).</p> <p><b>Recomendaciones para la Prueba de Acceso a Estudios Universitarios</b></p>

<b>CONTENIDOS</b>	<b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b>
<p><i>1. La empresa.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La empresa y el empresario.</li> <li>- Clasificación, componentes, funciones y objetivos de la empresa.</li> <li>- Funcionamiento y creación de valor: La cadena de valor.</li> <li>- Interrelaciones de la empresa con su entorno general y específico.</li> <li>- Las fuerzas competitivas básicas. La estrategia competitiva de la empresa.</li> <li>- Análisis del marco jurídico que regula la actividad empresarial.</li> <li>- Valoración de la responsabilidad social y medioambiental de la empresa.</li> </ul>	<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"> <li>- Análisis de los factores de localización y dimensión de la empresa.</li> <li>- Consideración de la importancia de las pequeñas y medianas empresas y sus estrategias de mercado.</li> <li>- Estrategias de desarrollo: Especialización y diversificación; integración vertical y subcontratación; crecimiento interno y externo.</li> <li>- La internacionalización, la competencia global y las tecnologías de la información.</li> <li>- Identificación de los aspectos positivos y negativos de la empresa multinacional.</li> </ul>	<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"> <li>- La división técnica del trabajo y la necesidad de organización en el mercado actual.</li> <li>- Funciones básicas de la dirección.</li> <li>- Planificación y toma de decisiones estratégicas.</li> <li>- Modelos de gestión y liderazgo.</li> <li>- Diseño y análisis de la estructura de la organización formal e informal.</li> <li>- La gestión de los recursos humanos y su incidencia en la motivación.</li> <li>- Los conflictos de intereses y sus vías de negociación.</li> </ul>	<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><i>4. La función productiva.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- El proceso productivo: Tipos de sistemas productivos.</li> <li>- Eficiencia y productividad.</li> <li>- Importancia de la innovación tecnológica: I + D + i.</li> <li>- Costes: Clasificación y cálculo de los costes en la empresa.</li> <li>- El equilibrio de la empresa en el supuesto de competencia perfecta.</li> <li>- Cálculo e interpretación del umbral de rentabilidad de la empresa.</li> <li>- Los inventarios y su gestión.</li> <li>- 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.</li> </ul>	<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"> <li>- Evolución de la función comercial.</li> <li>- Concepto y clases de mercado.</li> <li>- Técnicas de investigación de mercados.</li> <li>- Análisis del consumidor y segmentación de mercados.</li> <li>- Mercado objetivo y posicionamiento.</li> <li>- Variables del marketing-mix y elaboración de estrategias.</li> <li>- Estrategias de marketing y ética empresarial.</li> <li>- Aplicación al marketing de las tecnologías de la información y la comunicación.</li> </ul>	<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"> <li>- Obligaciones contables de la empresa.</li> <li>- La composición del patrimonio y su valoración.</li> <li>- Las cuentas anuales y la imagen fiel.</li> <li>- Elaboración del balance y la cuenta de pérdidas y ganancias.</li> <li>- Análisis e interpretación de la información contable.</li> <li>- Del balance social al balance ético: La responsabilidad corporativa.</li> <li>- La fiscalidad empresarial.</li> </ul>	<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"> <li>- Estructura económica y financiera de la empresa.</li> <li>- Análisis financiero de la empresa: El fondo de maniobra.</li> <li>- El ciclo de explotación y el período medio de maduración.</li> <li>- Concepto y clases de inversión.</li> <li>- Valoración y selección de proyectos de inversión.</li> </ul>	<p>Diferenciar las posibles fuentes de financiación de la empresa y razonar sobre sus ventajas e inconvenientes en función del tipo de empresa.</p>

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recursos financieros de la empresa.</li> <li>- Análisis de fuentes alternativas de financiación interna y externa.</li> <li>- Cálculo e interpretación de indicadores de rentabilidad económica y de equilibrio financiero.</li> </ul>	<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"> <li>- Proceso de creación de una empresa: Idea, constitución y viabilidad elemental.</li> <li>- El plan de empresa: Objetivos y elementos.</li> <li>- Análisis de ejemplos de planes de empresa y valoración de su utilidad como instrumento de análisis económico-financiero.</li> </ul>	<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>