

<b>1ª e 2ª LETRA, 1º APELIDO</b> 1ª y 2ª letra, 1º apellido		<b>1ª e 2ª LETRA, 2º APELIDO</b> 1ª y 2ª letra, 2º apellido	
--	--	--	--

<b>POSICIÓN NUMÉRICA 4ª</b> <b>5ª, 6ª e 7ª DO</b> <b>DOCUMENTO DE</b> <b>IDENTIFICACIÓN</b> (posición es numérica 4ª 5ª, 6ª y 7ª del documento de identificación)	1ª	2ª	3ª	4ª	5ª	6ª	7ª	8ª	9ª
	*	*	*					*	*

**MARCAR CUN X O QUE CORRESPONDA** Marcar con una X lo que corresponda

**OPCIÓN A**  
opción A

**OPCIÓN B**  
opción B

**INSTRUCCIÓN** instrucciones:

- PÓDESE USAR UNICAMENTE BOLÍGRAFO NEGRO OU AZUL E UNHA CALCULADORA NON PROGRAMABLE. AS FOLLAS DE RESPOSTA USADAS SERÁN NUMERADAS CORRELATIVAMENTE INCLÚIDOS OS ENUNCIADOS. AS FOLLAS EN BRANCO NON UTILIZADAS E/OU BORRADORES NON SE INTRODUCIRÁN NO SOBRE E SERÁN ENTREGADAS AO TRIBUNAL AO FINALIZAR A PROBA. Únicamente se podrá utilizar bolígrafo negro o azul y una calculadora no programable. Las hojas de respuesta utilizadas serán numeradas correlativamente incluidos los enunciados. Las hojas en blanco no utilizadas y/o borradores no se introducirán en el sobre y serán entregadas al tribunal al finalizar la prueba.
- NON SE PODERÁ LEVAR ENCIMA NIN USAR DISPOSITIVOS ELECTRÓNICOS DE CALQUERA CLASE (INCLÚIDOS RELOXOS INTELIXENTES). OS DISPOSITIVOS DEBERÁN ESTAR COMPLETAMENTE DESCONECTADOS E GARDADOS. PARA GARANTIR QUE NON SE USAN DISPOSITIVOS ELECTRÓNICOS DE COMUNICACIÓN, O CABELO LONGO DEBERÁ ESTAR RECOLLIDO. CALQUERA ACTUACIÓN DE TIPO FRAUDULENTO SUPORÁ A EXCLUSIÓN INMEDIATA DO PROCESO SELECTIVO. No se podrá llevar encima ni usar dispositivos electrónicos de cualquier clase (incluidos relojes inteligentes). Los dispositivos deberán estar completamente desconectados y guardados aparte. Para garantizar que no se usan dispositivos electrónicos de comunicación, el pelo largo deberá estar recogido. Cualquier actuación de tipo fraudulento supondrá la exclusión inmediata del proceso selectivo.
- DEBERÁ ELIXIR E MARCAR CUN "X" A OPCIÓN A OU B NOS CADROS ANTERIORES. NON MARCAR A OPCIÓN PODERÁ SUPORÁ NON SER CUALIFICADO E XA QUE LOGO, QUEDAR EXCLUÍDO DO PROCESO SELECTIVO. AS RESPOSTAS A APARTADOS DA OPCIÓN NON ELIXIDA NOS CADROS ANTERIORES NON SERÁN CUALIFICADAS. Se elegirá y marcará con una "X" la opción A o B en los cuadros anteriores. No marcar la opción podrá suponer no ser calificado y por tanto, quedar excluido del proceso selectivo. Las respuestas a apartados de una opción no elegida en los cuadros anteriores, no serán calificadas.
- A PROBA PRÁCTICA TERÁ UNHA DURACIÓN DE 3 HORAS. CANDO FALTE MEDIA HORA PARA A FINALIZACIÓN DO TEMPO, SERÁ COMUNICADA ESTA CIRCUNSTANCIA. DURANTE OS PRIMEIROS 20 MINUTOS NON SE PODERÁ ABANDONAR A AULA DA PROBA. Esta prueba tendrá una duración de 3 horas. Cuando falte media hora para la finalización del tiempo será comunicada esta circunstancia. Durante los primeros 20 minutos no se podrá abandonar el aula.
- ESTA PROBA, CON TODAS AS FOLLAS, INCLÚIDA ESTA PRIMEIRA E TODOS OS ENUNCIADOS, DEBERÁN SER INTRODUCIDAS NO SOBRE QUE SERÁ PECHADO, ASINADO POLO ASPIRANTE NO PECHE E SELADO POLA PERSOA MEMBRO DO TRIBUNAL ENCARGADA DA RECOLLIDA. O SOBRE DEBERÁ IDENTIFICARSE CO NOME E APELIDOS DA PERSOA ASPIRANTE E A OPCIÓN ESCOLLIDA. Esta prueba, con todas las hojas, incluida esta primera y todos los enunciados, deberán ser introducidas en el sobre que será cerrado, firmado por el aspirante en el cierre y sellado por la persona miembro del tribunal encargada de la recogida. El sobre deberá identificarse con el nombre y apellidos de la persona aspirante y la opción escogida.



**ACTIVIDAD A.1 (2,5 puntos)**

La empresa española VENDING S.L. encarga a una empresa de China la fabricación de una nueva máquina expendedora. Los documentos entregados para el despacho de importación en la aduana de Valencia son el DUA, DV1, packing list, conocimiento de embarque B/L y la factura comercial de dicha importación que incluye los siguientes conceptos:

Precio de venta 100 unidades a 500 €/ud	50.000 €
Gastos de transporte hasta el puerto de Hong-Kong	1.000 €
Gastos de carga en el buque	200 €
Gastos de instalación y montaje	700 €

Además en la factura se incluyen intereses de aplazamiento de pago pues la mitad del valor de la mercancía más los gastos se pagan al contado y el resto con aplazamiento a un año a un tipo de interés del 5% siendo el tipo de interés en el momento y en el país en el que se obtiene la financiación para este tipo de operaciones comerciales del 6%.

Los gastos de carga en el puerto de Hong-Kong ascienden a 200 €. Los gastos de transporte desde el puerto de Hong-Kong hasta Madrid ascienden a 10.000 € y los gastos de seguro ascienden a 2.000 € correspondiendo el 80% de ambas partidas al trayecto puerto de Hong-Kong - Puerto de Valencia y el resto al trayecto hasta Madrid. Los gastos de descarga en Madrid suponen 150 €. Además los gastos de la tarifa T3 ascienden a 40,32 € y los de manipulación en el puerto de destino (THC) ascienden a 80,54 €.

La empresa VENDING S.L. suministra gratuitamente a la empresa vendedora determinados materiales necesarios para la fabricación de las máquinas por importe de 5.000 € y además encarga los planos del diseño de la misma a una empresa estadounidense pagando por ello 800 €.

Al consultar el código TARIC de la mercancía se observa que tiene asignado un arancel del 1,7% para acuerdos preferenciales y un 4,20% como tipo general para terceros países. China tiene firmado un acuerdo preferencial con la UE. El tipo de IVA aplicable es el 21%

**Se pide:**

- Determine el valor en aduana.
- Calcule la deuda aduanera.
- ¿Cómo influiría en los cálculos que el tipo de interés cobrado por el proveedor fuese del 10% en vez del 5%? Razone su respuesta.
- ¿Qué método ha aplicado? ¿Qué método aplicaría si la Administración de Aduanas comprueba que no se han importado mercancías idénticas ni similares al producto en cuestión y que además existe un vínculo entre ambas empresas que repercute en el precio fijado? Razone su respuesta.

**ACTIVIDAD A.2 (2,5 puntos)**

En una zona de Galicia, en la que residen habitualmente 10.000 personas, tres panaderos se reparten el mercado. La cartera de clientes del panadero B descendió en los últimos tres años. Por este motivo, el propietario decide contratar con una consultora de marketing un estudio de mercado que le permitirá reconducir las políticas de marketing de la empresa.

Dicho estudio incluye un análisis sobre la tendencia de la cuota de mercado. La consultora de marketing obtiene la información recogida en la siguiente tabla:

Panaderías	Clientes en el inicio del año 2020	Clientes ganados durante 2020 procedentes de				Clientes perdidos durante 2020 hacia			
		A	B	C	Total	A	B	C	Total
A	4.000	0	200	100	300	0	150	350	500
B	2.500	150	0	50	200	200	0	200	400
C	3.500	350	200	0	550	100	50	0	150

**Se pide:**

- Calcule, para cada una de las empresas, el número de clientes retenidos al final del año 2020 y el número de clientes en el inicio del año 2021.
- Calcule, para cada una de las empresas, la cuota de mercado al final del año 2020.
- Suponiendo que el tamaño del mercado permanece constante a lo largo del período, que no entran ni salen nuevas empresas al mercado, que todos los clientes compran la misma cantidad de producto y que la matriz de transición permanece constante a lo largo del tiempo; calcule, para cada una de las empresas, la cuota de mercado en el año 2021 y en el año 2022.

### ACTIVIDAD A.3 (2,5 puntos)

La sociedad GALLAECIA S.L., dedicada a la elaboración y comercialización de castañas confitadas, presenta el siguiente balance a 31.12.20 comparado con el del 31.12.19 en euros.

	2020	2019		2020	2019
<b>Activo no corriente</b>	1.387.675	598.777	<b>Patrimonio neto</b>	1.098.661	878.564
<b>Activo corriente</b>	1.249.343	785.721	<b>Pasivo no corriente</b>	275.000	250.000
			<b>Pasivo corriente</b>	1.263.357	255.934
<b>Total</b>	<b>2.637.018</b>	<b>1.384.498</b>	<b>Total</b>	<b>2.637.018</b>	<b>1.384.498</b>

Las ventas del 2020 han sido de 1.325.000 € y el margen bruto sobre ventas es de un 37%. En el 2019 las ventas fueron de 987.154€ y el margen bruto, un 31%.

El resultado financiero en el 2020 fue de -62.000 € y en el 2019 el resultado fue -18.000 €. El impuesto de sociedades en el 2020 fue 27.895 €, y en el 2019 fue de 15.052 €. El resultado neto en el 2020 fue de 125.447 € y en 2019 tuvo un importe de 55.655 €.

#### Se pide:

- Haga un análisis de la evolución de la situación financiera de la empresa en base al fondo de maniobra y a la ratio de liquidez.
- Explique tres medidas que la empresa pueda adoptar para mejorar su equilibrio financiero en el 2021, argumentando sus propuestas.
- La empresa vende un único producto a un único precio. En el 2020 las unidades vendidas han sido 165.625 y los costes fijos 397.580 €. Calcule e interprete el umbral de rentabilidad.
- ¿Cuántas unidades más tendría que haber vendido la empresa en el 2020 para generar un 15% más de margen bruto?
- Calcule la rentabilidad económica de ambos periodos e interprete el resultado y su evolución.
- Calcule la rentabilidad financiera de ambos periodos e interprete el resultado y su evolución.

### ACTIVIDAD A. 4 (2,5 puntos)

Ibérica Lubricantes es una empresa dedicada a la distribución de aceites de automoción para todo tipo de vehículos (turismos, camiones, vehículos agrícolas,...). Tras la caída de las ventas durante el año 2019, la dirección está planteándose evaluar al equipo comercial en aras a detectar las causas del descenso de ventas.

La cartera de clientes de esta empresa está segmentada en 3 grupos: talleres de turismos y motos, talleres de vehículos profesionales y agrícolas, y establecimientos de venta de repuestos. En la actualidad, presenta una cartera estable en torno a los 400 clientes repartidos por todo el norte de España, de los cuales 120 son tiendas de repuestos y 60 talleres de vehículos profesionales y agrícolas.

Los clientes son visitados regularmente por el equipo comercial, formado por un grupo de vendedores repartidos geográficamente, y cuyo horario laboral es de lunes a viernes en jornadas de 8 horas, si bien los viernes por la tarde dedican las 4 horas a realizar tareas de gestión administrativa. El resto del tiempo se dedica a la venta, aunque un 25% del tiempo se pierde en los desplazamientos.

La política de visitas establece que los talleres de turismos se visitan 1 vez cada 15 días, las tiendas de repuestos 1 vez a la semana, y los talleres de vehículos profesionales 1 vez al mes. Por término medio, la duración de la visita suele ser de media hora en los talleres de turismo, 15 minutos en el caso de los talleres de vehículos profesionales, pero en las tiendas de repuestos se eleva a 45 minutos. Además, en el caso de que se cierre una venta en la propia visita, el tiempo se incrementa un 25%, lo que ocurre en el 30% de las visitas.

Tras 6 meses evaluando y controlando a los comerciales de la empresa, en junio de 2020 se ha detectado que no todos los vendedores obtienen el mismo rendimiento: dos tienen rendimiento un 10% más del rendimiento medio estándar, dos vendedores rinden un 25% más del estándar, y otros dos vendedores rinden por debajo del estándar, respectivamente el 90% y 80% cada uno.

Seis meses más tarde, tras la evaluación del equipo de ventas, Ibérica Lubricantes presentan los siguientes datos de ventas:

	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAYO	JUN.	JUL.	AGO.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.
<b>VENTAS 2019</b>	10.000	12.000	12.500	15.000	18.000	13.000	7.000	2.500	8.000	15.000	19.000	20.000
<b>VENTAS 2020</b>	10.100	11.800	13.000	15.250	19.000	14.000	7.800	3.200	7.500	14.400	20.000	20.500

#### Se pide:

- Indique si la plantilla está ajustada a las necesidades de la empresa, y en caso negativo, argumente cómo podrías ajustar su tamaño para optimizar la fuerza de ventas.
- Analice las desviaciones producidas en las ventas, y represente el gráfico Z correspondiente a las ventas del 2020.

**ACTIVIDAD B. 1 (2 puntos)**

Una flota de autobuses debe transportar desde A Coruña a Vigo a 1.200 pasajeros diarios, 600 de ida y 600 de vuelta.

Los tiempos empleados en los ciclos o trayectos, además del traslado, son 10 minutos para la bajada y 10 minutos para la subida en cada ciudad. En condiciones normales el tiempo de viaje para la ida a Vigo son dos horas y media y el de regreso A Coruña otras dos horas y media.

Cuando el autobús realiza un viaje de ida y vuelta debe llenar el tanque de combustible y tarda 32 minutos. El horario al público es desde las 06:00h hasta las 22:00h. El factor de llenado promedio del autobús es del 80% y la capacidad es de 45 plazas. La disponibilidad promedio de los autobuses es de un 90% y la utilidad productiva es del 90%.

**Se pide:**

- a) Calcule el parque de la flota e indique cuántas veces al día tendrá que realizar el recorrido cada autobús para cubrir la demanda prevista.
- b) Determine el precio del billete utilizando el método de rendimiento objetivo teniendo en cuenta que la empresa tiene un coste total de 2.300.000 € y una inversión de 500.000 € donde espera obtener un rendimiento del 20%, para unas ventas unitarias esperadas de 200.000 unidades para un año de producción.

**ACTIVIDAD B. 2 (3 puntos)**

La empresa SEASAL S.A. presenta la siguiente tabla con los datos de su gasto en promoción publicitaria en los últimos 10 meses y el importe de las ventas obtenidas:

<b>Gasto publicitario</b>	7	8	8,5	10	11	12,5	13	14	15	17
<b>Importe de las ventas</b>	200	210	230	235	240	280	270	305	315	325

(Importes expresados en miles de euros)

**Se pide:**

- a) Determine si existe relación conjunta, y en qué grado, entre el gasto en publicidad y la cifra de ventas de la empresa.
- b) Calcule la cifra de ventas para un gasto en promoción publicitaria de 19.000 €.
- c) Para alcanzar un volumen de ventas de 400.000 €, ¿qué gasto en publicidad será necesario para alcanzar dicha cifra?

**ACTIVIDAD B. 3 (2 puntos)**

Un artesano turroneiro contrata el diseño y ejecución de una campaña con una agencia de publicidad. Tras la primera reunión con el cliente, la agencia comienza con la planificación estratégica de medios convencionales, estableciendo lo siguiente:

- **Público objetivo:** compuesto por hombres y mujeres, con edad igual o superior a 45 años.
- **Objetivos:** informar al público objetivo, además de recordar a los clientes habituales, sobre la calidad de los turrone, elaborados siempre con las mejores materias primas y cuidando cada uno de los detalles de la receta tradicional, transmitida de una generación a otra.

Después de analizar la última publicación sobre el Marco General de los Medios en España correspondiente al año 2020, publicado por la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC), el planificador extrae los siguientes datos para un universo de 40.565.000 habitantes con edades igual o superior a 14 años. El número de mujeres alcanza la cifra de 20.862.000.

Medios	Penetración (%)	Perfil población por sexo		Perfil población por edad		
		Hombre	Mujer	45-54 (total: 7.489.000)	55-64 (total: 6.252.000)	65 o más (total: 9.233.000)
Radio	55,5	11.624.770	10.869.102	64,5%	58,7%	46,3%
Televisión	85,1	16.609.629	17.899.596	85,5%	89,1%	92,8%
Internet	83,25	16.254.975	16.773.048	90,9%	81,5%	44,7%

**Se pide:**

- a) Calcule el índice de afinidad correspondiente a cada uno de los medios para el target de hombres y mujeres con edades entre 45 y 54 años.
- b) Calcule el número de personas impactadas al menos una vez, la cobertura útil, el número total de impactos, la frecuencia media de contactos (OTS) y el GRP correspondientes a los siguientes resultados obtenidos en la campaña realizada, durante tres semanas, en un programa de gastronomía de una radio nacional.

<b>Público objetivo</b>	2.450.000			
<b>Número de personas impactadas durante tres semanas</b>	<b>0 impactos</b>	<b>1 impacto</b>	<b>2 impactos</b>	<b>3 impactos</b>
	234.000	456.000	972.000	788.000

#### ACTIVIDAD B. 4 (3 puntos)

La empresa española SOLARIS S.L. diseña placas solares, subcontrata su fabricación en China, y las comercializa, principalmente, en España.

Recientemente ha conseguido varios contactos en Alemania y el pasado 01/06/2021 ha recibido la confirmación de un pedido de 1.526.000 € para un importante cliente, Grüne Energie A.G. Tiene previsto emitir la factura de venta el 01/09/2021. SOLARIS va a necesitar financiación para poder fabricar y entregar el pedido. Por otro lado, quiere reducir al mínimo el riesgo de impago, así que está valorando dos opciones. El año bancario a considerar es de 360 días.

#### A. ICO Exportadores + Factoring

- Prefinanciar la fabricación mediante un préstamo ICO EXPORTADORES en EUROS.  
Importe: 80% del valor previsto de la venta.  
Plazo: 100 días.  
Tipo de interés: EURIBOR 6 meses (-0,25%) + 1,15%. Si el EURIBOR es negativo no se resta del diferencial.  
Comisión de apertura: 0,25%
  
- Contratar un factoring sin recurso con las siguientes condiciones:  
Importe financiado: 80% de la factura.  
Forma de pago del cliente: transferencia a 90 días de la fecha de factura.  
Gastos de estudio: 150 €  
Comisión de cesión: 2,75%  
Tasa de interés del anticipo: 3,5%

#### B. Póliza de crédito + Crédito Documentario

- Prefinanciar la fabricación mediante una póliza de crédito que la empresa ya tiene disponible.  
Importe: 80% del valor previsto de la venta.  
Plazo: 100 días.  
Tipo de interés: 4,75%
  
- Crédito documentario con pago diferido mediante letra de cambio aceptada por el banco intermediario, que será descontada.  
Forma de pago: Crédito documentario por aceptación, confirmado por el BBVA.  
Banco del importador: Volksbank, Núremberg.  
Banco del exportador: BBVA, oficina de O Porriño.  
Comisiones a cargo del importador: 1,25%  
Comisiones a cargo del exportador: 1,5%  
Forma de pago: letra con vencimiento a 90 días.  
Tipo de interés de descuento: 3,5%  
Comisión de descuento: 0,25%.

#### Se pide:

- a) Calcule los costes totales de la opción A, y el importe del anticipo del factoring que recibirá SOLARIS.
- b) Calcule los costes totales de la opción B.
- c) Compare la opción A con la opción B desde el punto de vista del riesgo de impago.
- d) Identifique, en el caso de la opción B, al ordenante, al banco emisor, al beneficiario, al banco intermediario y al banco confirmador.
- e) Compare las dos opciones desde el punto de vista de los importes financiados.

**ACTIVIDADE A.1 (2,5 puntos)**

A empresa española VENDING S.L. encarga a unha empresa de China a fabricación dunha nova máquina expendedora. Os documentos entregados para o despacho de importación na aduana de Valencia son o DUA, DV1, packing list, coñecemento de embarque B/ L e a factura comercial da devandita importación que inclúe os seguintes conceptos:

Prezo de venda 100 unidades a 500 €/ud	50.000 €
Gastos de transporte ata o porto de Hong- Kong	1.000 €
Gastos de carga no buque	200 €
Gastos de instalación e montaxe	700 €

Ademais na factura inclúense xuros de aprazamento de pago pois a metade do valor da mercadoría máis os gastos páganse en man e o resto con aprazamento a un ano a un tipo de xuro do 5% sendo o tipo de xuro no momento e no país no que se obtén o financiamento para este tipo de operacións comerciais do 6%.

Os gastos de carga no porto de Hong-Kong ascenden a 200 €. Os gastos de transporte dende o porto de Hong-Kong ata Madrid ascenden a 10.000 € e os gastos de seguro ascenden a 2.000 € correspondendo o 80% de ambas partidas ao traxecto porto de Hong-Kong - Porto de Valencia e o resto ao traxecto ata Madrid. Os gastos de descarga en Madrid supoñen 150 €. Ademais os gastos da tarifa T3 ascenden a 40,32 € e os de manipulación no porto de destino (THC) ascenden a 80,54 €.

A empresa VENDING S.L. fornece gratuitamente á empresa vendedora determinados materiais necesarios para a fabricación das máquinas por importe de 5.000 € e ademais encarga os planos do deseño da mesma a unha empresa estadounidense pagando por iso 800 €.

Ao consultar o código TARIC da mercadoría obsérvase que ten asignado un arancel do 1,7% para acordos preferentes e un 4,20% como tipo xeral para terceiros países. China ten asinado un acordo preferente coa UE. O tipo de IVE aplicable é o 21%

**Pídese:**

- a) Determine o valor en aduana.
- b) Calcule a débeda aduaneira.
- c) Como influiría nos cálculos que o tipo de xuro cobrado polo provedor fose do 10% no canto do 5%? Razoe a súa resposta.
- d) Que método aplicou? Que método aplicaríase se a Administración de Aduanas comproba que non se importaron mercadorías idénticas nin similares ao produto en cuestión, e que ademais existe un vínculo entre ambas empresas que repercuta no prezo fixado? Razoe a súa resposta.

**ACTIVIDADE A.2 (2,5 puntos)**

Nunha zona de Galicia, na que residen habitualmente 10.000 persoas, tres panadeiros repártense o mercado. A carteira de clientes do panadeiro B descendeu nos últimos tres anos. Por este motivo, o propietario decide contratar cunha consultora de márketing un estudo de mercado que lle permitirá reconducir as políticas de márketing da empresa.

Devandito estudo inclúe unha análise sobre a tendencia da cota de mercado. A consultora de márketing obtén a información recollida na seguinte táboa:

Panaderías	Clientes no inicio do ano 2020	Clientes gañados durante 2020 procedentes de				Clientes perdidos durante 2020 cara			
		A	B	C	Total	A	B	C	Total
A	4.000	0	200	100	300	0	150	350	500
B	2.500	150	0	50	200	200	0	200	400
C	3.500	350	200	0	550	100	50	0	150

**Pídese:**

- a) Calcule, para cada unha das empresas, o número de clientes retidos ao final do ano 2020 e o número de clientes no inicio do ano 2021.
- b) Calcule, para cada unha das empresas, a cota de mercado ao final do ano 2020.
- c) Supoñendo que o tamaño do mercado permanece constante ao longo do período, que non entran nin saen novas empresas ao mercado, que todos os clientes compran a mesma cantidade de produto e que a matriz de transición permanece constante ao longo do tempo; calcule, para cada unha das empresas, a cota de mercado no ano 2021 e no ano 2022.



### ACTIVIDADE A.3 (2,5 puntos)

A sociedade GALLAECIA S.L., dedicada á elaboración e comercialización de castañas confeitadas, presenta o seguinte balance a 31.12.20 comparado co do 31.12.19 en euros.

	2020	2019		2020	2019
<b>Activo non corrente</b>	1.387.675	598.777	<b>Patrimonio neto</b>	1.098.661	878.564
<b>Activo corrente</b>	1.249.343	785.721	<b>Pasivo non corrente</b>	275.000	250.000
			<b>Pasivo corrente</b>	1.263.357	255.934
<b>Total</b>	2.637.018	1.384.498	<b>Total</b>	2.637.018	1.384.498

As vendas do 2020 foron de 1.325.000 € e a marxe bruta sobre vendas é dun 37%. No 2019 as vendas foron de 987.154 € e a marxe bruta, un 31%.

O resultado financeiro no 2020 foi de -62.000 € e no 2019 o resultado foi -18.000 €. O imposto de sociedades no 2020 foi 27.895 €, e no 2019 foi de 15.052 €. O resultado neto no 2020 foi de 125.447 € e en 2019 tivo un importe de 55.655 €.

#### Pídese:

- Faga unha análise da evolución da situación financeira da empresa en base ao fondo de manobra e o cociente de liquidez.
- Explique tres medidas que a empresa poida adoptar para mellorar o seu equilibrio financeiro no 2021, argumentando as súas propostas.
- A empresa vende un único produto a un único prezo. No 2020 as unidades vendidas foron 165.625 e os custos fixos 397.580€. Calcule e interprete o limiar de rendibilidade.
- Cantas unidades máis tería que vender a empresa no 2020 para xerar un 15% máis de marxe bruta?
- Calcule a rendibilidade económica de ambos períodos e interprete o resultado e a súa evolución.
- Calcule a rendibilidade financeira de ambos períodos e interprete o resultado e a súa evolución.

### ACTIVIDADE A. 4 (2,5 puntos)

Ibérica Lubricantes é unha empresa dedicada á distribución de aceites para todo tipo de vehículos (turismos, camións, vehículos agrícolas,...). Tras a caída das vendas durante o ano 2019, a dirección está avaliando ao equipo comercial en aras a detectar as causas do descenso de vendas.

A carteira de clientes desta empresa está segmentada en 3 grupos: talleres de turismos e motos, talleres de vehículos profesionais e agrícolas, e establecementos de venda de repostos. Na actualidade, presenta unha carteira estable ao redor dos 400 clientes repartidos por todo o norte de España, dos cales 120 son tendas de repostos e 60 talleres de vehículos profesionais e agrícolas.

Os clientes son visitados regularmente polo equipo comercial, formado por un grupo de vendedores repartidos xeograficamente, cun horario laboral de luns a venres en xornadas de 8 horas, aínda que os venres pola tarde dedican as 4 horas a realizar tarefas de xestión administrativa. O resto do tempo dedícase á venda, aínda que un 25% do tempo pérdese nos desprazamentos.

A política de visitas establece que os talleres de turismos se visitan 1 vez cada 15 días, as tendas de repostos 1 vez á semana, e os talleres de vehículos profesionais 1 vez ao mes. Máis ou menos, a duración da visita adoita ser de media hora nos talleres de turismo, 15 minutos no caso dos talleres de vehículos profesionais, pero nas tendas de repostos elévase a 45 minutos. Ademais, no caso de que se peche unha venda na propia visita, o tempo increméntase un 25%, o que ocorre no 30% das visitas.

Tras 6 meses avaliando e controlando aos comerciais da empresa, en xuño de 2020 detectouse que non todos os vendedores obteñen o mesmo rendemento: dous teñen rendemento un 10% máis do rendemento medio estándar, dous vendedores renden un 25% máis do estándar, e outros dous vendedores renden por baixo do estándar, respectivamente o 90% e 80% cada un.

Seis meses máis tarde, tras a avaliación do equipo de vendas, Ibérica Lubricantes presentan os seguintes datos de vendas:

	XAN.	FEB.	MAR.	ABR.	MAIO	XUÑ.	XUL.	AGO.	SET.	OUT.	NOV.	DEC.
<b>VENDAS 2019</b>	10.000	12.000	12.500	15.000	18.000	13.000	7.000	2.500	8.000	15.000	19.000	20.000
<b>VENDAS 2020</b>	10.100	11.800	13.000	15.250	19.000	14.000	7.800	3.200	7.500	14.400	20.000	20.500

#### Pídese:

- Indique se o tamaño da forza de vendas está axustado ás necesidades da empresa e, en caso negativo, argumente como podería axustar o seu tamaño para optimizala.
- Analice as desviacións producidas nas vendas e represente o gráfico Z correspondente ás vendas do 2020.



**ACTIVIDADE B. 1 (2 puntos)**

Unha frota de autobuses debe transportar desde A Coruña a Vigo a 1.200 pasaxeiros diarios, 600 de ida e 600 de volta.

Os tempos empregados nos ciclos ou traxectos, ademais do traslado, son 10 minutos para a baixada e dez minutos para a subida en cada cidade. En condicións normais o tempo de viaxe para a ida a Vigo son dúas horas e media e o de regreso A Coruña outras dúas horas e media.

Cando o autobús realiza unha viaxe de ida e volta debe encher o tanque de combustible e tarda 32 minutos. O horario ao público é desde as 06:00h ata as 22:00 h. O factor de enchido medio do autobús é do 80% e a capacidade é de 45 prazas. A dispoñibilidade media dos autobuses é dun 90% e a utilidade produtiva é do 90%.

**Pídese:**

- a) Calcule o parque da frota e indicar cantas veces ao día terá que realizar o percorrido cada autobús para cubrir a demanda prevista.
- b) Determine o prezo do billete utilizando o método de rendemento obxectivo tendo en conta que a empresa ten un custo total de 2.300.000 € e un investimento de 500.000 € onde espera obter un rendemento do 20%, para unhas vendas unitarias esperadas de 200.000 unidades para un ano de produción.

**ACTIVIDADE B. 2 (3 puntos)**

A empresa SEASAL S.A. presenta a seguinte táboa cos datos do seu gasto en promoción publicitaria nos últimos 10 meses e o importe das vendas obtidas:

<b>Gasto publicitario</b>	7	8	8,5	10	11	12,5	13	14	15	17
<b>Importe das vendas</b>	200	210	230	235	240	280	270	305	315	325

(Importes expresados en miles de euros)

**Pídese:**

- a) Determine se existe relación conxunta, e en que grao, entre o gasto en publicidade e a cifra de vendas da empresa.
- b) Calcule a cifra de vendas para un gasto en promoción publicitaria de 19.000€.
- c) Para alcanzar un volume de vendas de 400.000 €, que gasto en publicidade será necesario para alcanzar a devandita cifra?

**ACTIVIDADE B. 3 (2 puntos)**

Un artesán turroneiro contrata o deseño e execución dunha campaña cunha axencia de publicidade. Tras a primeira reunión co cliente, a axencia comeza coa planificación estratéxica de medios convencionais, establecendo o seguinte:

- Público obxectivo: composto por homes e mulleres, con idade igual ou superior a 45 anos.
- Obxectivos: informar o público obxectivo, ademais de lembrar aos clientes habituais, sobre a calidade dos turróns, elaborados sempre coas mellores materias primas e coidando cada un dos detalles da receita tradicional, transmitida dunha xeración a outra.

Despois de analizar a última publicación sobre o Marco Xeral dos Medios en España correspondente ao ano 2020, publicado pola Asociación para a Investigación de Medios de Comunicación (AIMC), o planificador extrae os seguintes datos para un universo de 40.565.000 habitantes con idades igual ou superior a 14 anos. O número de mulleres alcanza a cifra de 20.862.000.

Medios	Penetración (%)	Perfil poboación por sexo		Perfil poboación por idade		
		Home	Muller	45-54 (total: 7.489.000)	55-64 (total: 6.252.000)	65 o más (total: 9.233.000)
Radio	55,5	11.624.770	10.869.102	64,5%	58,7%	46,3%
Televisión	85,1	16.609.629	17.899.596	85,5%	89,1%	92,8%
Internet	83,25	16.254.975	16.773.048	90,9%	81,5%	44,7%

**Pídese:**

- a) Calcule o índice de afinidade correspondente a cada un dos medios para o target de homes e mulleres con idades entre 45 e 54 anos.
- b) Calcule o número de persoas impactadas polo menos unha vez, a cobertura útil, o número total de impactos, a frecuencia media de contactos (OTS) e o GRP correspondentes aos seguintes resultados obtidos na campaña realizada, durante tres semanas, nun programa de gastronomía dunha radio nacional.

Público obxectivo	2.450.000			
Número de persoas impactadas durante tres semanas	0 impactos	1 impacto	2 impactos	3 impactos
		234.000	456.000	972.000

**ACTIVIDADE B. 4 (3 puntos)**

A empresa española SOLARIS S.L. deseña placas solares, subcontrata a súa fabricación en China, e comercialízalas, principalmente, en España.

Recentemente conseguiu varios contactos en Alemaña e o pasado 01/06/2021 recibiu a confirmación dun pedido de 1.526.000 € para un importante cliente, Grüne Energie A. G. Ten previsto emitir a factura de venda o 01/09/2021.

SOLARIS vai necesitar financiamento para poder fabricar e entregar o pedido. Doutra banda, quere reducir ao mínimo o risco de falta de pagamento, así que está a valorar dúas opcións. O ano bancario a considerar é de 360 días.

**A. ICO Exportadores + Factoring**

- Prefinanciar a fabricación mediante un préstamo ICO EXPORTADORES en EUROS.

Importe: 80% do valor previsto da venda.

Prazo: 100 días.

Tipo de xuro: EURIBOR 6 meses (-0,25%) + 1,15%. Se o EURIBOR é negativo non se resta do diferencial.

Comisión de apertura: 0,25%

- Contratar un factoring sen recurso coas seguintes condicións:

Importe financiado: 80% da factura.

Forma de pago do cliente: transferencia a 90 días da data de factura.

Gastos de estudo: 150 €

Comisión de cesión: 2,75%

Taxa de xuro do anticipo: 3,5%

**B. Póliza de crédito + Crédito Documentario**

- Prefinanciar a fabricación mediante unha póliza de crédito que a empresa xa ten dispoñible.

Importe: 80% do valor previsto da venda.

Prazo: 100 días.

Tipo de xuro: 4,75%

- Crédito documentario con pago diferido mediante letra de cambio aceptada polo banco intermediario, que será descontada.

Forma de pago: Crédito documentario por aceptación, confirmado polo BBVA.

Banco do importador: Volksbank, Núremberg.

Banco do exportador: BBVA, oficina de O Porriño.

Comisións a cargo do importador: 1,25%

Comisións a cargo do exportador: 1,5%

Forma de pago: letra con vencemento a 90 días.

Tipo de xuro de desconto: 3,5%

Comisión de desconto: 0,25%.

**Pídese:**

- a) Calcule os custos totais da opción A, e o importe do anticipo do factoring que recibirá SOLARIS cando emita a factura.
- b) Calcule os custos totais da opción B.
- c) Compare a opción A con a opción B desde o punto de vista do risco de falta de pagamento.
- d) Identifique, no caso da opción B, ao ordenante, ao banco emisor, ao beneficiario, ao banco intermediario e ao banco confirmador.
- e) Compare as dúas opcións desde o punto de vista dos importes financiados.