Centro de Estudios ILLICE

PRUEBA DE ACCESO A GRADO SUPERIOR

ECONOMÍA DE LA EMPRESA

Muestra gratuita · Centro de Estudios Illice

Economía de la Empresa · Prueba de acceso a Grado Superior

Primera edición: 2026

© 2026 Juan Marcos Sanmartín. Todos los derechos reservados.

Edita: Juan Marcos Sanmartín (Centro de Estudios Illice) · Pont dels Ortissos, 6, entresuelo · 03203 Elche (Alicante)
contacto@centrodeestudiosillice.com · www.centrodeestudiosillice.com

Este libro es para uso personal de quien lo ha comprado. Queda prohibida su reproducción, distribución, comunicación pública o transformación, total o parcial, por cualquier medio (incluidos WhatsApp, redes sociales y plataformas de apuntes), sin autorización escrita del titular, conforme a la Ley de Propiedad Intelectual.

Si has recibido este libro sin haberlo comprado, puedes conseguir tu propia copia en
www.centrodeestudiosillice.com/libros

ÍNDICE

BLOQUE I. LA EMPRESA Y SU ENTORNO

Tema 1 La empresa y la persona emprendedora 5
Tema 2 Las formas jurídicas y el marco legal de la empresa 23
Tema 3 El entorno y la estrategia de la empresa 39

BLOQUE II. LA ORGANIZACIÓN Y LAS PERSONAS

Tema 4 La dirección y la organización de la empresa 59
Tema 5 La gestión de los recursos humanos 75

BLOQUE III. LA PRODUCCIÓN

Tema 6 La función productiva 89
Tema 7 Los costes y el umbral de rentabilidad 107

BLOQUE IV. LA FUNCIÓN COMERCIAL

Tema 8 El mercado y el marketing 121

BLOQUE V. LA FUNCIÓN FINANCIERA Y LA INFORMACIÓN CONTABLE

Tema 9 La financiación y la inversión 143
Tema 10 El patrimonio y el balance de situación 161
Tema 11 La cuenta de pérdidas y ganancias y el análisis de los estados financieros 177
Tema 12 La fiscalidad de la empresa: el IVA y los impuestos sobre el beneficio 195

ANEXOS

Anexo A Ejercicios resueltos 209
Anexo B La prueba y las cinco últimas convocatorias, resueltas 231

© Juan Marcos Sanmartín · Centro de Estudios Illice · Uso personal · Prohibida su distribución
Muestra gratuita · Centro de Estudios Illice

Centro de Estudios ILLICE

PRUEBA DE ACCESO A GRADO SUPERIOR

ECONOMÍA DE LA EMPRESA

LOS COSTES Y EL UMBRAL DE RENTABILIDAD

7

Muestra gratuita · Centro de Estudios Illice

Antes de fijar un precio, de aceptar un pedido o de decidir si fabrica una pieza o la compra hecha, una empresa necesita saber cuánto le cuesta producir y cómo cambian esos costes cuando produce más o menos. Este tema empieza por clasificar los costes, sigue con los costes totales, medios y marginales, y termina con dos herramientas de decisión que se usan a diario: el *umbral de rentabilidad*, que dice cuánto hay que vender para no perder dinero, y la comparación entre *producir o comprar*.

> **CÓMO ESTUDIAR ESTE TEMA**
>
> Tres hábitos. El primero: ante cada coste, preguntarse **si cambia cuando cambia la cantidad producida**; con esa pregunta se separan los fijos de los variables, y todo lo demás depende de esa separación. El segundo: en los problemas, **escribir siempre la fórmula, sustituir y dar la unidad** (euros, unidades, euros por unidad). El tercero: **terminar cada cálculo con una frase** que diga qué significa el número; un umbral de 3.000 unidades no está contestado hasta que se dice que con la unidad 3.001 empieza el beneficio.

1. Los costes de la empresa

1.1. Qué es un coste

Para producir, la empresa consume recursos: materias primas, horas de trabajo, energía, el uso de sus máquinas y de su local. El **coste** es el valor en dinero de los recursos consumidos para obtener la producción de un periodo. No hay que confundirlo con dos palabras cercanas:

- El **gasto** es la adquisición de un bien o un servicio que se consume en el periodo (comprar harina, pagar la luz). Casi siempre coincide con el coste, pero no del todo: la harina comprada en diciembre que se usa en enero es gasto de diciembre y coste de la producción de enero.
- El **pago** es la salida de dinero. Una compra a crédito es un gasto hoy y un pago dentro de dos meses.

La distinción importa en contabilidad (temas 10 y 11). En este tema se habla siempre de costes: lo que cuesta producir.

1.2. Costes fijos y costes variables

El criterio más útil para tomar decisiones es la relación de cada coste con la cantidad producida, que se representa con la letra Q.

Costes fijos (CF)
Los que no dependen de la cantidad producida: la empresa los soporta aunque no fabrique ni venda nada. Son, por ejemplo, el alquiler del local, el sueldo del personal con jornada fija, la cuota del seguro, la amortización de las máquinas o los intereses de un préstamo.

Costes variables (CV)
Los que cambian con la cantidad producida: si no se produce, son cero, y aumentan a medida que se produce más. Son las materias primas, los envases, la energía que consumen las máquinas mientras trabajan, los transportes de cada pedido o las comisiones de los vendedores por cada venta.

Dos matices. El primero: los costes fijos lo son **a corto plazo** y dentro de una capacidad de producción. Si la empresa quiere duplicar su producción y necesita otra nave, el alquiler sube: a largo plazo todos los costes pueden cambiar. El segundo: hay costes con una parte fija y otra variable, los **costes semivariables** o mixtos. La factura de la luz tiene una parte fija (la potencia contratada) y otra que depende del consumo; el sueldo de un comercial puede tener un fijo y una comisión por venta. En los cálculos se separan las dos partes.

Cuando el coste variable de cada unidad es siempre el mismo, se llama **coste variable unitario** (cv_u) y el coste variable total es proporcional a la cantidad:

© Juan Marcos Sanmartín · Centro de Estudios Illice · Uso personal · Prohibida su distribución
Muestra gratuita · Centro de Estudios Illice

$$CV = cv_u \cdot Q$$

1.3. Costes directos y costes indirectos

El segundo criterio es si el coste se puede asignar sin dudas a un producto concreto.

- Un **coste directo** se atribuye a un producto determinado sin necesidad de repartos: la tela de una camisa, las horas del operario que solo monta un modelo de silla.
- Un **coste indirecto** es común a varios productos y hay que repartirlo entre ellos con algún criterio (horas de máquina, unidades fabricadas, superficie ocupada): el alquiler de la nave donde se fabrican tres modelos, el sueldo del jefe de taller, la limpieza.

Los dos criterios son independientes: un coste puede ser fijo y directo (el alquiler de una máquina que solo fabrica un producto), fijo e indirecto (el alquiler de la nave), variable y directo (la materia prima de cada producto) o variable e indirecto (la electricidad de la nave cuando no hay contadores por máquina).

Tabla 7.1. Clasificación de los costes de una panadería que hace pan y bollería.

Coste	Según la cantidad producida	Según su asignación
Alquiler del obrador	Fijo	Indirecto (es común al pan y a la bollería)
Harina del pan	Variable	Directo (del pan)
Mantequilla de los cruasanes	Variable	Directo (de la bollería)
Sueldo del encargado	Fijo	Indirecto
Amortización del horno	Fijo	Indirecto (en él se cuece todo)
Bolsas de papel para el pan	Variable	Directo (del pan)
Seguro del local	Fijo	Indirecto

ERRORES FRECUENTES

- ✕ Clasificar un coste como fijo porque «se paga todos los meses». La pregunta no es cada cuánto se paga, sino si su importe cambia con la cantidad producida: la materia prima se compra todos los meses y es variable.
- ✕ Pensar que un coste fijo no puede cambiar nunca. Puede subir (el casero actualiza el alquiler), pero no cambia *porque* se produzca más o menos.
- ✕ Confundir «variable» con «directo». Son dos clasificaciones distintas, como muestra la tabla 7.1.

2. Costes totales, medios y marginales

2.1. El coste total

El **coste total** (CT) de producir una cantidad Q es la suma de los costes fijos y de los variables:

$$CT = CF + CV = CF + cv_u \cdot Q$$

Si no se produce nada, el coste total es igual al fijo: la empresa soporta el alquiler, los sueldos fijos y los seguros aunque esté parada.

© Juan Marcos Sanmartín · Centro de Estudios Illice · Uso personal · Prohibida su distribución
Muestra gratuita · Centro de Estudios Illice

2.2. Los costes medios

El **coste medio** o unitario es lo que cuesta, por término medio, cada unidad producida. Se calcula dividiendo el coste entre la cantidad, y hay tres:

$$CMe = \frac{CT}{Q} \qquad CFMe = \frac{CF}{Q} \qquad CVMe = \frac{CV}{Q}$$

Se cumple siempre que *CMe* = *CFMe* + *CVMe*. El **coste fijo medio baja** a medida que se produce más, porque la misma cantidad de costes fijos se reparte entre más unidades: con 3.000 € de alquiler, cada unidad «carga» con 3.000 € si se fabrica una sola, con 1.500 € si se fabrican dos y con 30 € si se fabrican cien. Por eso, mientras haya capacidad, producir más abarata cada unidad. El coste medio es la referencia para fijar el precio: si se vende por debajo del coste medio, cada unidad se vende con pérdidas.

2.3. El coste marginal

El **coste marginal** (*CMg*) es lo que aumenta el coste total al producir una unidad más:

$$CMg = \frac{\Delta CT}{\Delta Q} = \frac{CT_{\text{final}} - CT_{\text{inicial}}}{Q_{\text{final}} - Q_{\text{inicial}}}$$

Como los costes fijos no cambian al producir una unidad más, el coste marginal solo recoge el aumento de los variables. Cuando la producción sube de uno en uno, el coste marginal de cada unidad es la diferencia entre el coste total de esa cantidad y el de la anterior; el de la primera unidad es lo que sube el coste total desde $Q = 0$, cuando el coste total era solo el fijo. Sirve para decidir si conviene producir una unidad más: **si el precio que se cobra por ella es mayor que su coste marginal**, esa unidad aumenta el beneficio (o reduce la pérdida).

Cuando el coste variable unitario es constante, el coste marginal coincide con él: cada unidad más cuesta cv_u. Si no es constante (la empresa compra a mejor precio cuanto más compra, o tiene que pagar horas extra cuando produce mucho), el coste marginal baja primero y sube después, como en la práctica siguiente.

PRÁCTICA RESUELTA · TABLA DE COSTES DE UN TALLER

Un taller fabrica kayaks de fibra por encargo. Sus costes fijos son de 3.000 € al mes y los costes variables totales dependen de los kayaks que fabrica, como indica la tabla. a) Calcule para cada cantidad los costes totales, el coste total medio y el coste marginal. b) Si vende cada kayak a 1.100 €, calcule el beneficio o la pérdida de cada cantidad. c) ¿Con cuántos kayaks es más bajo el coste medio?

Kayaks al mes	1	2	3	4	5	6
Costes variables totales (€)	400	700	950	1.150	1.400	1.800

Cómo se razona. Se suma el coste fijo a cada coste variable para tener el total; el medio es el total entre la cantidad; el marginal, lo que sube el total de una fila a la siguiente (para el primer kayak, desde los 3.000 € que se pagan sin producir nada). El beneficio es el ingreso, 1.100 € por kayak, menos el coste total.

Respuesta.

© Juan Marcos Sanmartín · Centro de Estudios Illice · Uso personal · Prohibida su distribución
Muestra gratuita · Centro de Estudios Illice

Q	CF	CV	CT	CMe	CMg	Ingresos	Beneficio
1	3.000	400	3.400	3.400,00	400	1.100	−2.300
2	3.000	700	3.700	1.850,00	300	2.200	−1.500
3	3.000	950	3.950	1.316,67	250	3.300	−650
4	3.000	1.150	4.150	1.037,50	200	4.400	250
5	3.000	1.400	4.400	880,00	250	5.500	1.100
6	3.000	1.800	4.800	800,00	400	6.600	1.800

Importes en euros. Por ejemplo, el coste marginal del cuarto kayak es 4.150 − 3.950 = 200 €, y el beneficio de cinco kayaks, 5.500 − 4.400 = 1.100 €. b) El taller pierde dinero con uno, dos y tres kayaks al mes y gana a partir del cuarto. c) El coste medio baja en toda la tabla: es mínimo con seis kayaks, 800 € por unidad, porque los 3.000 € de costes fijos se reparten entre más unidades. La figura 7.1 muestra cómo evolucionan el coste variable medio y el marginal.

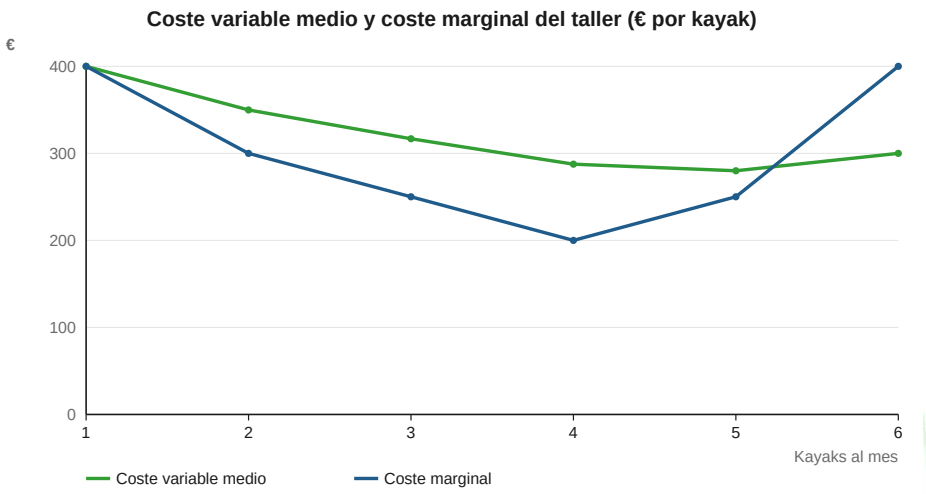


Figura 7.1. Coste variable medio y coste marginal del taller de la práctica. El marginal baja hasta el cuarto kayak y después sube; mientras está por debajo del variable medio, lo hace bajar, y cuando lo supera, lo hace subir.

3. Ingresos, beneficio y margen de contribución

Los **ingresos totales** (*IT*) de la empresa son el valor de lo que vende. Si vende Q unidades a un precio p:

$$IT = p \cdot Q$$

El **beneficio** (*B*) es la diferencia entre los ingresos y los costes totales; si sale negativo, es una pérdida:

$$B = IT - CT = p \cdot Q - (CF + cv_u \cdot Q) = (p - cv_u) \cdot Q - CF$$

La última forma de escribirlo es la más útil. La diferencia entre el precio y el coste variable unitario se llama **margen de contribución unitario**: es lo que deja cada unidad vendida, una vez pagado lo que ha costado producirla, para **cubrir los costes fijos** y, cuando ya están cubiertos, para dar beneficio. Si una empresa vende a 50 € un producto cuyo coste variable es de 30 €, cada unidad «contribuye» con 20 €. Con costes fijos de 10.000 €, las primeras 500 unidades solo sirven para pagar esos costes fijos; la unidad 501 es la primera que deja beneficio.

Esa idea, la cantidad con la que los ingresos alcanzan justo a los costes, es el umbral de rentabilidad.

© Juan Marcos Sanmartín · Centro de Estudios Illice · Uso personal · Prohibida su distribución
Muestra gratuita · Centro de Estudios Illice

4. El umbral de rentabilidad o punto muerto

4.1. Concepto

El **umbral de rentabilidad** o **punto muerto** es la cantidad de producto que la empresa tiene que vender para que sus ingresos sean iguales a sus costes totales, es decir, para que el beneficio sea cero. Por debajo de esa cantidad la empresa tiene pérdidas; por encima, beneficios. Se representa por Q^*.

4.2. Cálculo

No hace falta aprender la fórmula de memoria: sale en dos líneas de igualar ingresos y costes.

$$IT = CT \implies p \cdot Q = CF + cv_u \cdot Q \implies (p - cv_u) \cdot Q = CF$$

$$Q^* = \frac{CF}{p - cv_u}$$

Umbral de rentabilidad = costes fijos / margen de contribución unitario

Se lee así: el punto muerto es el número de unidades que hacen falta para que la suma de sus márgenes de contribución pague los costes fijos. Para que exista, el precio tiene que ser mayor que el coste variable unitario; si no lo es, ninguna unidad vendida contribuye a pagarlos (o cada una aumenta la pérdida) y la empresa no llega nunca a cubrir los costes fijos.

Si el resultado no es un número entero, se da el valor exacto y se **redondea hacia arriba** para decir desde qué unidad hay beneficio: con Q^* = 1.428,57, con 1.428 unidades todavía hay una pequeña pérdida y con 1.429 ya hay beneficio.

El umbral también puede expresarse en euros de ventas: son los ingresos que corresponden a esa cantidad, $IT^* = p \cdot Q^*$.

4.3. Interpretación

Un umbral no está bien contestado hasta que se interpreta. La frase tiene siempre tres partes: **cuántas unidades** hacen falta, que con ellas el beneficio es cero porque los ingresos cubren justo los costes, y que **por debajo hay pérdidas y por encima beneficios**.

PRÁCTICA RESUELTA · UMBRAL DE UNA EMPRESA DE CATERING

Una empresa de catering para oficinas cobra 18 € por menú. Cada menú le cuesta 9 € en ingredientes, envases y reparto, y sus costes fijos anuales (alquiler de la cocina, sueldos fijos, seguros, amortización de la furgoneta) son de 27.000 €. a) Calcule el umbral de rentabilidad e interprételo. b) ¿Qué resultado obtiene si vende 2.000 menús al año? ¿Y si vende 4.500? c) Exprese el umbral en euros de ventas.

Cómo se razona. Se identifican los datos (CF = 27.000 €, p = 18 €, cv_u = 9 €), se calcula el margen de cada menú y se divide entre él el coste fijo. Para el resultado de una cantidad, ingresos menos costes totales.

Respuesta. a) Q^* = 27.000 / (18 − 9) = 27.000 / 9 = **3.000 menús**. Vendiendo 3.000 menús al año, los ingresos (54.000 €) son iguales a los costes totales (27.000 + 9 · 3.000 = 54.000 €) y el beneficio es cero. Si vende menos de 3.000 menús tiene pérdidas; a partir del menú 3.001, beneficios.

b) Con 2.000 menús: B = 18 · 2.000 − (27.000 + 9 · 2.000) = 36.000 − 45.000 = **−9.000 €**, una pérdida, como cabía esperar por estar por debajo del umbral. Con 4.500 menús: B = 9 · 4.500 −

© Juan Marcos Sanmartín · Centro de Estudios Illice · Uso personal · Prohibida su distribución
Muestra gratuita · Centro de Estudios Illice

27.000 = 40.500 − 27.000 = **13.500 €** de beneficio. Conviene ver que el beneficio de 4.500 menús es exactamente el margen de los 1.500 menús que se venden por encima del umbral: 1.500 · 9 = 13.500 €.

c) *IT** = 18 · 3.000 = **54.000 €** de ventas al año.

4.4. Representación gráfica

El punto muerto se ve muy bien en una gráfica con la cantidad en el eje horizontal y los euros en el vertical (figura 7.2). Se dibujan tres rectas:

- los **costes fijos**, una recta horizontal a la altura de *CF*;
- los **costes totales**, que empiezan en *CF* (cuando no se produce nada) y suben con pendiente cv_u;
- los **ingresos totales**, que empiezan en el origen (sin ventas no hay ingresos) y suben con pendiente *p*, más deprisa que los costes porque el precio es mayor que el coste variable unitario.

Las rectas de ingresos y de costes totales se cortan en el punto muerto. A la izquierda del corte, los costes están por encima de los ingresos y la distancia vertical entre las dos rectas es la pérdida; a la derecha, los ingresos están por encima y la distancia es el beneficio. Para dibujarla basta calcular dos puntos de cada recta: por ejemplo, *Q* = 0 y una cantidad algo mayor que el doble del umbral.

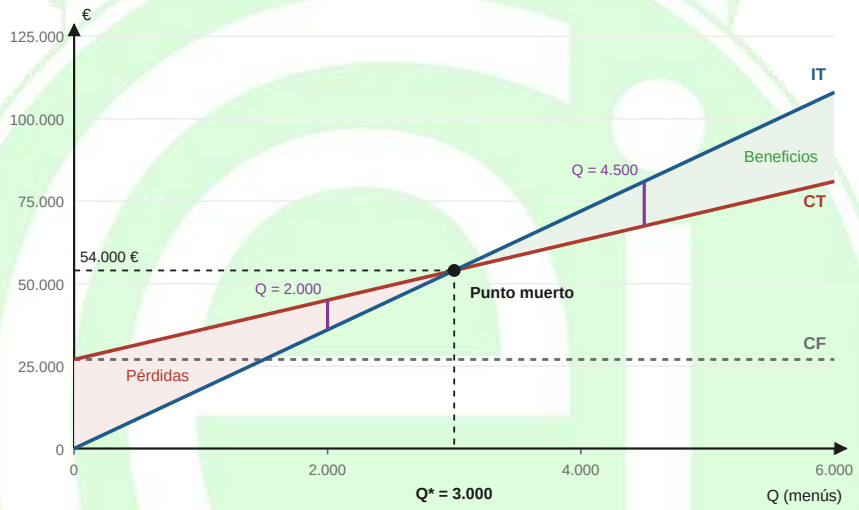


Figura 7.2. Umbral de rentabilidad de la empresa de catering de la práctica (CF = 27.000 €, p = 18 €, cv_u = 9 €). Los segmentos morados son la pérdida con 2.000 menús y el beneficio con 4.500.

4.5. La cantidad necesaria para un beneficio

Si la empresa se fija un beneficio objetivo *B*, sus márgenes tienen que cubrir los costes fijos y, además, ese beneficio:

$$Q = \frac{CF + B}{p - cv_u}$$

Con los datos del catering, para ganar 9.000 € al año: *Q* = (27.000 + 9.000) / 9 = 4.000 menús.

4.6. Qué ocurre si cambian el precio o los costes

La fórmula permite ver enseguida el efecto de cada decisión:

- Si **suben los costes fijos** (un alquiler más caro), el umbral sube en proporción: hay que vender más para cubrirlos.

© Juan Marcos Sanmartín · Centro de Estudios Illice · Uso personal · Prohibida su distribución
Muestra gratuita · Centro de Estudios Illice

- Si **sube el precio** o **baja el coste variable unitario**, aumenta el margen de cada unidad y el umbral baja. Una subida de precio, sin embargo, puede reducir las ventas: el umbral más bajo no sirve de nada si se vende todavía menos.
- Si **sube el coste variable unitario** (encarece una materia prima), el margen se estrecha y el umbral sube.

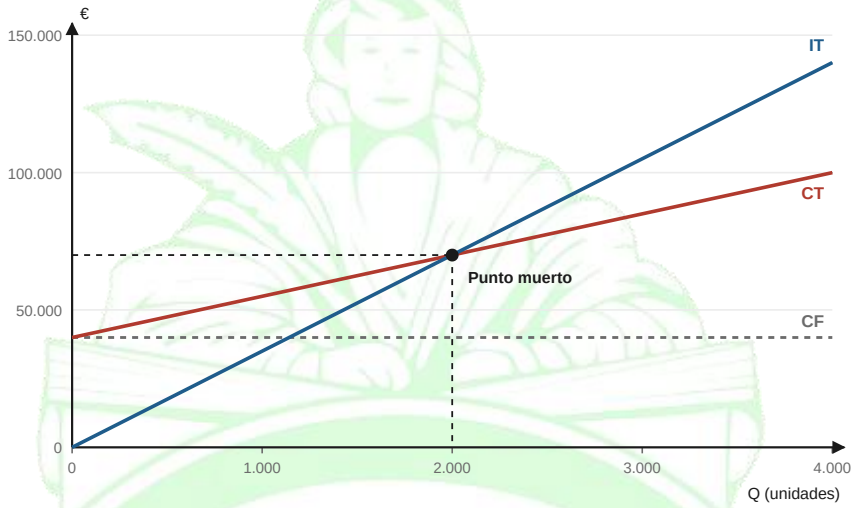


Figura 7.3. Ingresos totales (IT), costes totales (CT) y costes fijos (CF) de una empresa, sin las cifras del punto muerto, que se leen en la práctica siguiente.

PRÁCTICA RESUELTA · LEER UNA GRÁFICA DE PUNTO MUERTO

La figura 7.3 representa los ingresos y los costes de una empresa. a) ¿Cuáles son sus costes fijos? b) Si el punto muerto está en 2.000 unidades y con ellas se ingresan 70.000 €, ¿cuál es el precio de venta? ¿Y el coste variable unitario? c) ¿Qué beneficio obtendría con 3.000 unidades?

Cómo se razona. Los costes fijos son la altura a la que empieza la recta de costes totales. En el punto muerto ingresos y costes coinciden, así que de los 70.000 € se sacan el precio (dividiendo entre las unidades) y el coste variable (restando el fijo).

Respuesta. a) La recta de costes totales corta el eje vertical en 40.000 €: CF = **40.000 €**. b) p = 70.000 / 2.000 = **35 €**. En el punto muerto, el coste total también es 70.000 €, del que 40.000 € son fijos: CV = 30.000 € y cv_u = 30.000 / 2.000 = **15 €**. c) B = (35 − 15) · 3.000 − 40.000 = 60.000 − 40.000 = **20.000 €**.

4.7. Lo que el modelo supone

El cálculo del umbral es una simplificación, y conviene saber de qué. Supone que el precio es el mismo para cualquier cantidad vendida, que el coste variable unitario no cambia (sin descuentos por volumen ni horas extra), que los costes fijos son fijos en todo el intervalo y que se vende todo lo que se produce. Cuando la empresa vende varios productos, hay que repartir los costes fijos o trabajar con un margen medio. Con esas cautelas, es una herramienta muy útil para planificar: dice qué volumen de ventas es imprescindible y cuánto margen de seguridad hay entre las ventas previstas y el punto muerto.

© Juan Marcos Sanmartín · Centro de Estudios Illice · Uso personal · Prohibida su distribución
Muestra gratuita · Centro de Estudios Illice

5. Producir o comprar

5.1. La decisión

Muchas empresas tienen que decidir si fabrican ellas mismas una pieza o un componente o lo compran a otra empresa (la decisión se conoce también por su nombre en inglés, *make or buy*). Fabricar exige asumir unos costes fijos (una máquina, un espacio, personal) y tiene un coste variable por unidad; comprar no tiene costes fijos, pero cada unidad se paga a un precio de compra p_c, normalmente mayor que el coste variable propio.

$$\text{Coste de producir} = CF + cv_u \cdot Q \qquad \text{Coste de comprar} = p_c \cdot Q$$

Con pocas unidades conviene comprar, porque los costes fijos de fabricar se reparten entre muy pocas; con muchas conviene producir, porque cada unidad fabricada es más barata que la comprada. La cantidad en la que las dos opciones cuestan lo mismo se obtiene igualando:

$$CF + cv_u \cdot Q = p_c \cdot Q \implies Q^* = \frac{CF}{p_c - cv_u}$$

Si la empresa necesita menos de Q^* unidades, le conviene comprarlas; si necesita más, fabricarlas. En Q^* le da igual en términos de coste. Además del coste, la decisión tiene en cuenta otros factores: la calidad, la seguridad del suministro, si la empresa tiene la tecnología y la capacidad libre, y si prefiere concentrarse en lo que mejor sabe hacer.

PRÁCTICA RESUELTA · FABRICAR O COMPRAR LOS COJINES

Un fabricante de muebles de jardín necesita cojines para sus sillones. Si los fabrica, tendrá unos costes fijos de 12.000 € al año (una máquina de coser industrial y su espacio) y un coste variable de 4 € por cojín. Si los compra, un proveedor se los vende a 7 € la unidad. a) ¿Con cuántos cojines al año cuestan lo mismo las dos opciones y cuándo conviene cada una? b) ¿Qué le conviene si necesita 3.000 cojines al año? ¿Y si necesita 6.000? c) Represente la situación gráficamente.

Cómo se razona. Se igualan los dos costes, se despeja la cantidad y, para cada pedido, se comparan los dos costes totales.

Respuesta. a) 12.000 + 4 · Q = 7 · Q ⟹ Q^* = 12.000 / (7 − 4) = **4.000 cojines**. Por debajo de 4.000 cojines al año le conviene comprarlos y por encima, fabricarlos.

b) Con 3.000 cojines: producir cuesta 12.000 + 4 · 3.000 = 24.000 € y comprar, 7 · 3.000 = 21.000 €: **conviene comprar** (ahorra 3.000 €). Con 6.000: producir cuesta 12.000 + 4 · 6.000 = 36.000 € y comprar, 7 · 6.000 = 42.000 €: **conviene producir** (ahorra 6.000 €).

c) Figura 7.4: la recta del coste de producir empieza en 12.000 € y la de comprar, en el origen; se cortan en 4.000 cojines (28.000 €).

© Juan Marcos Sanmartín · Centro de Estudios Illice · Uso personal · Prohibida su distribución
Muestra gratuita · Centro de Estudios Illice