



Pruebas de Acceso a las Universidades de Castilla y León

**ECONOMÍA Y
ORGANIZACIÓN
DE EMPRESAS**

Nuevo currículo

Texto para
los Alumnos

5 páginas

1. ELIJA UNA OPCIÓN ENTRE LA OPCIÓN “A” Y LA OPCIÓN “B” Y RESPONDA ÚNICAMENTE A LAS PREGUNTAS DE LA OPCIÓN ELEGIDA.

2. RESUELVA EL TEST EN LAS HOJAS EN BLANCO QUE SE LE FACILITAN PARA ESCRIBIR LAS RESPUESTAS Y NO EN LAS HOJAS DE PLANTEAMIENTO DEL EXAMEN.

3. CRITERIOS DE CORRECCIÓN:

PRIMERA PARTE: El test se valorará del siguiente modo:

- Cada pregunta acertada añade un punto
- Cada pregunta no acertada resta 0,33 puntos
- Las preguntas en blanco no puntúan

La suma total se dividirá entre 10 y se multiplicará por 3, dando como resultado la nota de la primera parte.

SEGUNDA PARTE: El tema se corregirá valorando cada epígrafe por un máximo de 1 punto. El total se dividirá entre el número de epígrafes y se multiplicará por 3, dando como resultado la nota de la segunda parte

TERCERA PARTE: El ejercicio práctico y el comentario de texto se valorarán aplicando los mismos criterios que en la segunda parte.

CALIFICACIÓN FINAL: Al sumar la nota obtenida en cada una de las tres partes se obtiene un máximo total de 9 puntos. El punto restante, hasta alcanzar un máximo de 10, se reserva para la presentación, ortografía y redacción del examen, a juicio del corrector.

OPCIÓN A

1ª PARTE – PREGUNTAS DE TEST

1.- La partida que una empresa destina a la amortización de sus instalaciones puede considerarse:

- a.- Un coste fijo
- b.- Un coste variable
- c.- La amortización no puede considerarse un coste

2.- El conjunto de relaciones personales que no están preestablecidas por la dirección y organización de la empresa se denomina:

- a.- Organigrama estructural
- b.- Organización informal
- c.- Las dos anteriores son ciertas

3.- El conjunto de existencias de una empresa hace referencia a:

- a.- La cifra del capital social menos las reservas
- b.- La cantidad de dinero líquido de que dispone una empresa
- c.- Los materiales que una empresa tiene depositados en sus almacenes y que cumplen una función dentro del aprovisionamiento

4.- La rentabilidad económica se puede expresar como:

- a.- (Rendimiento del periodo / inversión del periodo)
- b.- (Inversión del periodo / rendimiento del periodo)
- c.- (Inversión del periodo / costes del periodo)

- 5.- Las materias primas con las que se fabrica un producto son un coste:
- Fijo
 - Variable
 - Indirecto
- 6.- El tipo de interés de los préstamos se incluye dentro de:
- El coste de los recursos propios
 - El coste de los recursos ajenos
 - El coste de la autofinanciación
- 7.- El detergente marca Carrefour es un ejemplo de:
- Una marca de distribuidor
 - Una estrategia de investigación comercial
 - Todas las anteriores son ciertas
- 8.- Una empresa individual es:
- Una sociedad
 - Una empresa personalista
 - Una cooperativa
- 9.- Señale cuál de las siguientes características puede ser considerada un criterio de segmentación de mercados:
- La publicidad realizada
 - El lugar de residencia
 - Las dos características anteriores pueden considerarse criterios de segmentación de mercados
- 10.- Una tienda de ropa es:
- Una empresa del sector secundario
 - Una empresa del sector primario
 - Una empresa del sector terciario

2ª PARTE – TEMA A DESARROLLAR

El marketing mix: las estrategias de producto y de precio.

- Desarrolle un esquema del tema propuesto.
- La estrategia de producto.
- La estrategia de precios.

3ª PARTE – EJERCICIO PRÁCTICO

Dados los siguientes proyectos de inversión, expresados en flujos netos de caja:

Proyecto	Flujos Netos de Caja				
	Q ₀	Q ₁	Q ₂	Q ₃	Q ₄
A	-100	-20	60	60	80
B	-150	70	80	80	10
C	-200	60	60	60	60

SE PIDE:

- Calcule el plazo de recuperación (pay-back) de los tres proyectos, A, B y C.
- Razone cuál es más favorable según el criterio anterior.
- Calcule el valor actual neto (VAN) del proyecto B, para un coste de capital del 8% ($k=0,08$).

OPCIÓN B

1ª PARTE – PREGUNTAS DE TEST

- 1.- Si una academia de inglés estima que el número máximo de alumnos que puede tener es de 720, esa cifra se denomina:
 - a.- Elasticidad de la demanda
 - b.- Demanda potencial
 - c.- Cuota de mercado

- 2.- Señale cuál de los siguientes NO es un modelo de estructura organizativa:
 - a.- Modelo lineal o jerárquico
 - b.- Modelo funcional
 - c.- Modelo segmentado

- 3.- El volumen de producción de una empresa donde los costes fijos se igualan a los variables se denomina:
 - a.- Volumen óptimo de pedido
 - b.- Neto patrimonial
 - c.- Punto muerto

- 4.- ¿Cuál de las siguientes decisiones concierne a la política de producto dentro del marketing mix?
 - a.- La ubicación de los almacenes
 - b.- Las características técnicas del producto
 - c.- Las campañas de promoción de ventas que se realizan

- 5.- Las Pymes pueden pertenecer al sector:
 - a.- Sólo primario y secundario
 - b.- Sólo primario y terciario
 - c.- Primario, secundario y terciario

- 6.- El ciclo de vida del producto es un concepto que hace referencia a:
 - a.- La evolución de la demanda de un producto a lo largo del tiempo
 - b.- La evolución de la demanda de un producto en relación con la competencia
 - c.- La evolución de la cotización en bolsa de las acciones de una sociedad anónima

- 7.- El stock de seguridad es:
 - a.- La cantidad máxima de existencias de un material que se puede mantener en un almacén
 - b.- La cantidad mínima de existencias de un material que se debe mantener en un almacén
 - c.- El volumen óptimo de pedido

- 8.- Los recursos propios de una empresa están formados por:
 - a.- El capital y las reservas
 - b.- Las deudas a corto plazo
 - c.- Los derechos de cobro con clientes

- 9.- La observación es una fuente de información:
 - a.- Primaria
 - b.- Secundaria
 - c.- En ningún caso puede considerarse que la observación sea una fuente de información

10.- ¿Qué diferencia existe entre los conceptos de producto terminado y existencia?

- a.- Los productos terminados son un tipo de existencia
- b.- Las existencias son un tipo de producto terminado
- c.- Un producto terminado no entra dentro de la categoría de existencia

2ª PARTE – TEMA A DESARROLLAR

Dimensión y localización empresarial

- a.- Desarrolle un esquema del tema propuesto
- b.- La pequeña y mediana empresa
- c.- La internacionalización de la empresa

3ª PARTE – COMENTARIO DE TEXTO

CERCA DE 750 EMPRESAS PODRÁN OPTAR AL SELLO DE CALIDAD REGIONAL

En torno a 750 empresas de Castilla y León que fabrican productos alimentarios de calidad podrán acogerse al nuevo marchio que prepara el Gobierno regional, bajo la denominación Alimentos de Castilla y León, y que previsiblemente verá la luz entre abril y mayo.

A falta que la Junta ultime la normativa sobre el etiquetado de estos productos agroalimentarios, paso previo para lanzar la marca, lo que sé es seguro es que será antes del verano.

Una conclusión que se extrae de las afirmaciones de la Consejería de Agricultura, que ha anunciado que no incumplirá el plazo máximo de 6 meses en la concesión de este marchio desde la solicitud por parte de las empresas, y algunas de ellas ya lo han pedido en diciembre.

El visto bueno que se concederá a los productos de calidad dependerá del director general del Instituto Tecnológico Agrario regional (ITA).

Consultas

De momento, desde el ITA no se ha difundido el número de empresas que se espera que utilice este reconocimiento, ni las solicitudes que han recibido hasta ahora –en la Feria de Alimentaria, el pasado 8 de marzo, se hablaba de unas 20 -, aunque bajo este distintivo se podrá amparar todos aquellos productos agroalimentarios producidos o transformados en Castilla y León, de calidad reconocida o diferenciada.

En la primera de ella se engloban los productos amparados por denominaciones de origen, indicaciones geográficas protegidas, agricultura ecológica, vinos de la tierra, especialidad tradicional garantizada, producción integrada o alimentos artesanales entre otros.

El segundo caso (calidad diferenciada), se refiere a productos no incluidos en el apartado anterior, elaborados y transformados en la región y en los que la materia prima con certificación proceda de Castilla y León.

Unas figuras de calidad que actualmente recoge medio centenar de alimentos o caldos de la región.

La relación de figuras de calidad agroalimentarias de la región ha experimentado una evolución positiva pasando de las siete de los años ochenta a la veintena de los noventa, hasta llegar a las 49 actuales.

Comercialización

Por lo que respecta a la comercialización de los alimentos que el distintivo de calidad, de momento se han llevado a cabo promociones conjuntas en ferias y certámenes, a la par que ha comenzado una campaña publicitaria para dar a conocer la marca Alimentos de Castilla y León.

Con lo que respecta a estrategias concretas, de momento el hipermercado Carrefour será el primero en potenciar estos productos, aunque se mantiene conversaciones con otras superficies.

Aprovechando la campaña de mayo, en la que todos los años presenta a los clientes productos de la región, en esta ocasión se promocionará el distintivo. No descartan otras promociones.

- Eva Cárdbaba – La Gaceta del Miércoles, 30/03/2005

CONTESTE A LAS SIGUIENTES PREGUNTAS

- 1.- Clasificación de las actividades productivas.
- 2.- Haga un esquema con las distintas figuras de calidad de los productos alimentarios de Castilla y León.
- 3.- En su opinión, ¿Cuáles son las razones del desarrollo del sector alimentario en nuestra comunidad autónoma?