



**Pruebas de Acceso a las
Universidades
de Castilla y León**

**ECONOMÍA Y
ORGANIZACIÓN
DE EMPRESAS**

Texto para
los Alumnos

Nº páginas
5

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.- Una agencia de viajes opera en el sector:

- a.- Primario.
- b.- Secundario.
- c.- De servicios.

2.- ¿Cuál de los siguientes elementos **no** es necesario para calcular el Valor Actual Neto (VAN)?

- a.- El coste del capital.
- b.- El punto muerto.
- c.- Los flujos netos de caja.

3.- Son técnicas claramente publicitarias:

- a.- Los anuncios en vallas y revistas especializadas.
- b.- Los descuentos motivados por el volumen de compras.
- c.- Las publicaciones internas de la empresa.

- 4.- El período que transcurre desde que se compra la materia prima hasta que se vende y cobra el producto se denomina:
- Período medio de venta.
 - Ciclo de explotación.
 - Período de cobro.
- 5.- Una fusión de empresas es una forma de crecimiento
- Interno.
 - Externo.
 - Productivo.
- 6.- Un albañil que trabaja para una empresa poniendo losas, cobra 1500 euros mensuales con independencia de las losas que ponga y 50 céntimos de euro por losa colocada. Este sueldo es:
- Un coste fijo en su totalidad.
 - Un coste variable en su totalidad.
 - 1500 euros es coste fijo y el resto del sueldo mensual es coste variable.
- 7.- En un monopolio de demanda:
- Hay un único comprador y muchos vendedores.
 - Hay muchos compradores y muchos vendedores.
 - Hay un solo comprador y un solo vendedor.
- 8.- Se llama rotura de stock:
- A la situación en la que no hay productos en el almacén cuando se necesitan.
 - A la cantidad de productos que se rompen en el almacén.
 - Al punto en el que la cantidad producida y la cantidad vendida se igualan.
- 9.- Las fuentes de información en un estudio de mercados pueden clasificarse en:
- Fuentes directas e indirectas
 - Fuentes primarias y secundarias.
 - Fuentes fijas y variables
- 10.- En un museo se ha realizado un estudio para averiguar qué salas eran las más visitadas, mediante el recuento del número de visitantes. La técnica de recogida de información empleada es:
- La observación.
 - La encuesta.
 - Ninguna de las opciones anteriores es correcta.

2ª PARTE – TEMA A DESARROLLAR

La organización en la empresa:

- Desarrolle un esquema del tema propuesto.
- Formas o estructuras organizativas.
- Organización formal e informal.

3ª PARTE – EJERCICIO PRÁCTICO

Una empresa dedicada a la compra-venta de dulces vende anualmente unas 100 bolsas de caramelos, de 2 Kgs. cada una. El coste anual de almacenar una bolsa es de 0,5 € y el coste de gestionar un pedido es de 1 €. La empresa trabaja 300 días al año.

SE PIDE:

- a) Volumen óptimo de pedido
- b) Plazo entre pedidos. Ventas diarias
- c) Representación gráfica

OPCIÓN B

1ª PARTE – PREGUNTAS DE TEST

- 1.- Cuál de las siguientes es una variable del marketing-mix:
 - a.- La demanda.
 - b.- La distribución.
 - c.- La cuota de mercado.

- 2.- La rentabilidad se calcula como:
 - a.- Beneficio multiplicado por capital invertido.
 - b.- Beneficio dividido entre capital invertido.
 - c.- Capital invertido dividido entre Beneficio.

- 3.- En el análisis del entorno general de la empresa se incluyen:
 - a.- Los distribuidores.
 - b.- Los factores socioculturales.
 - c.- Los clientes.

- 4.- La responsabilidad frente a las deudas es ilimitada en:
 - a.- El empresario individual.
 - b.- Las sociedades anónimas.
 - c.- Las sociedades de responsabilidad limitada.

- 5.- El ayuntamiento de una ciudad posee una empresa de autobuses urbanos y decide vender una parte a un particular. Tras la operación de venta, la empresa resultante es:
 - a.- Pública.
 - b.- Privada.
 - c.- Mixta.

- 6.- Una clínica dental es una empresa perteneciente al:
 - a.- Sector primario.
 - b.- Sector secundario.
 - c.- Sector terciario.

- 7.- Dos empresas competidoras fabricantes de mermelada se fijan como objetivo para un determinado mes envasar 10.000 tarros de 250 gr. al día. Ambas lo consiguen con igual calidad, pero con costes diferentes. Se puede afirmar que:
 - a.- Las dos son igualmente eficientes.
 - b.- Una es más eficiente que la otra.
 - c.- Ninguna es eficiente.

- 8.- El coste de la harina en una fábrica de pan es:
 - a.- Un coste variable.
 - b.- Un coste fijo.
 - c.- Un coste indirecto.

- 9.- Una empresa desea contratar a una persona para que se encargue de llevar la contabilidad. La tarea de decidir el perfil de la persona que se ha de contratar la realiza el:
- a.- Departamento de producción.
 - b.- Departamento de recursos humanos.
 - c.- Departamento comercial.

- 10.- Un préstamo a largo plazo es:
- a.- Un activo.
 - b.- Un pasivo.
 - c.- Fondos propios.

2ª PARTE – TEMA A DESARROLLAR

El desarrollo de la empresa.

- a.- Desarrolle un esquema del tema propuesto.
- b.- Concepto, ventajas e inconvenientes de empresas multinacionales.
- c.- Concepto, ventajas e inconvenientes de las pymes.

3ª PARTE – COMENTARIO DE TEXTO

LEVI STRAUSS DECLARA LA GUERRA A SUS RIVALES

El fabricante de los vaqueros Levi's ha lanzado una ofensiva por la defensa de la propiedad intelectual de la mítica 'V'

PABLO PARDO. Especial para EL MUNDO, Lunes, 5 de febrero de 2007, el mundo.es

WASHINGTON.- Estados Unidos es un país hecho para litigar. Y para registrar la propiedad intelectual de todo. [...]

Y ahora, ambas características se han unido en una marca inequívocamente americana: Levi's. El mítico fabricante de vaqueros está entre las 10 empresas que más demandas interponen. Según un informe de la empresa [...] Thomson West, Levi Strauss Company -la matriz de Levi's- es la sexta empresa de EEUU que más denuncias ha puesto en los últimos cinco años, por delante de compañías como General Motors, Walt Disney o Nike, que la superan varias veces en tamaño.

¿Y a qué se deben las demandas? Esencialmente, a la violación de los derechos de propiedad intelectual sobre los vaqueros Levi's. Y, más concretamente, a los bolsillos de atrás. Todo arranca el 20 de mayo de 1873, el día en el que los sastres de origen alemán y letón Levi Strauss y Jacob Davis, respectivamente, recibieron la patente número 139.121, que registraba su propiedad sobre los pantalones reforzados con clavos de cobre. En 1943 Levi Strauss registró los bolsillos traseros de sus pantalones, con el dibujo de una V marcado con dos costuras [...].

Ahora, 133 años después, la patente número 139121 se ha convertido en el campo de batalla entre Levi Strauss y sus competidores, en concreto debido a la V. Un equipo de 40 detectives, según The New York Times, patrulla por todo el mundo, visitando establecimientos de cadenas como Hermenegildo Zegna, Guess o Lucky Brand. El resultado han sido 99 denuncias contra competidores por la supuesta violación de sus derechos de propiedad intelectual en ese bolsillo.

La selección de esas tiendas no parece casual. Levi Strauss está en guerra con los fabricantes de vaqueros de gama alta, que venden sus productos a precios que oscilan entre los 200 y 400 dólares -entre 150 y 300 euros-. Son empresas como Guess, Calvin Klein o Miss Sixty que, hace una década, empezaron a fabricar vaqueros caros y esencialmente orientados al público femenino, justo mientras los Levi's pasaban a venderse en cadenas de descuento como Wal-Mart que, en la primera economía del mundo, representan la quintaesencia de la falta de sofisticación.

Así que Levi Strauss, tras inventar el producto y ser el líder indiscutible durante un siglo, tomó la dirección contraria a la del mercado. Desde entonces, los problemas para la inventora de los tejanos no han hecho más que multiplicarse, hasta el punto de que hace dos años la empresa anunció el cierre de sus dos últimas fábricas en Estados Unidos.

CONTESTE A LAS SIGUIENTES PREGUNTAS:

- 1.- Elabore un esquema de los elementos que sirven para identificar un producto.
- 2.- A partir del texto, explique por qué defiende Levi Strauss la “V” de los bolsillos de sus pantalones.
- 3.- En su opinión, ¿por qué en este caso la protección de la patente parece no funcionar? (Al menos, dos razones).