

	Pruebas de Acceso a las Universidades de Castilla y León	ECONOMÍA Y ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS LOGSE	Texto para los Alumnos 4 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 productividad de una empresa será tanto mayor:
 - a.- Cuanto mayor sea su volumen de ventas
 - b.- Cuantos menos trabajadores tenga contratados la empresa
 - c.- Ninguna de las anteriores

- 2.- Una encuesta es una fuente de información:
 - a.- Primaria
 - b.- Secundaria
 - c.- Experimental

- 3.- El impuesto de sociedades es un impuesto:
 - a.- Indirecto
 - b.- Regresivo
 - c.- Directo

- 4.- Son fuentes de financiación propias:
 - a.- Los créditos a clientes
 - b.- Las reservas legales
 - c.- Los empréstitos de obligaciones

- 5.- Según el tipo de artículos ofrecidos por las empresas, los mercados se clasifican en:
- a.- Monopolio, oligopolio y competencia perfecta
 - b.- De bienes de consumo e industriales
 - c.- Libre e intervenido
- 6.- Si una marca de champú ofrece en el envase un 25% de producto gratis, esa práctica se denomina:
- a.- Publicidad
 - b.- Relaciones públicas
 - c.- Promoción de ventas
- 7.- Una agencia de viajes es:
- a.- Un minorista
 - b.- Una empresa de servicios
 - c.- Las dos anteriores son ciertas
- 8.- La ecuación fundamental del patrimonio se expresa como:
- a.- Activo = Pasivo + Neto
 - b.- Activo + Pasivo = Neto
 - c.- Activo + Neto = Pasivo
- 9.- Una empresa tiene un capital permanente (o pasivo fijo) de 1000 unidades monetarias (u.m.) y un activo fijo de 1000 u.m. Con esa información, su fondo de maniobra o capital circulante asciende a:
- a.- 1000 u.m.
 - b.- cero
 - c.- 2000 u.m.
- 10.- La persona física o jurídica que según la ley está obligada a pagar impuestos se denomina:
- a.- Sujeto pasivo
 - b.- Contribución especial
 - c.- Hecho imponible

2ª PARTE – TEMA A DESARROLLAR

La inversión en la empresa

- a.- Desarrolle un esquema del tema propuesto.
- b.- Concepto y clasificación de inversiones
- c.- Criterios de selección de inversiones

3ª PARTE – EJERCICIO PRÁCTICO

Una empresa dedicada a la fabricación de guantes de lana vende anualmente 2.500 pares de guantes. El coste anual unitario de almacenar cada par es de 15 € y el coste de gestionar un pedido es de 30 €. La empresa trabaja 250 días al año.

SE PIDE:

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

OPCIÓN B

1ª PARTE – PREGUNTAS DE TEST

1.- Los tributos:

- a.- Constituyen un ingreso para el Estado
- b.- Constituyen un gasto para el Estado
- c.- Han de ser pagados por igual por todos los ciudadanos

2.- Cuanto mayor es la tasa empleada para la actualización de los flujos de caja en el método del VAN:

- a.- Mayor es el VAN obtenido
- b.- Menor es el VAN obtenido
- c.- El valor del VAN es independiente de la tasa empleada para la actualización de los flujos de caja

3.- ¿A qué masa patrimonial pertenece la cuenta de mercaderías?:

- a.- Inmovilizado
- b.- Activo circulante
- c.- Disponible

4.- Para una academia de enseñanza de inglés, el importe pagado por el alquiler del local donde se imparten las clases constituye:

- a.- Un coste variable
- b.- Un coste financiero
- c.- Un coste fijo

5.- El concepto de Ciclo de Vida del Producto hace referencia a:

- a.- El tiempo que transcurre desde que entran las materias primas en el almacén hasta que los clientes de la empresa pagan el importe de las ventas
- b.- La evolución de la demanda del producto a lo largo del tiempo
- c.- El tiempo que transcurre desde que la empresa paga las materias primas a los proveedores hasta que se cobra a los clientes el importe de las ventas

6.- El Impuesto de la Renta de las Personas Físicas (IRPF) es un impuesto:

- a.- Directo
- b.- Indirecto
- c.- Obligatorio para cualquier empresa

7.- El punto muerto de una empresa se alcanza con 7500 unidades. Ello significa que vendiendo esa cantidad de producto:

- a.- Los costes fijos de la empresa se igualan a los costes variables
- b.- El ingreso por ventas es igual a los costes de fabricación
- c.- La empresa se encuentra en quiebra

8.- La función empresarial que tiene por objeto hacer llegar los productos de la empresa desde el productor hasta el consumidor final se denomina:

- a.- Promoción de ventas
- b.- Producción
- c.- Distribución

9.- Tienen responsabilidad ilimitada frente a terceros los socios de:

- a.- Las Sociedades Colectivas
- b.- Las Sociedades Anónimas
- c.- La Sociedad Anónima Laboral

10.- La cuenta de reservas de las empresas representa:

- a.- Una fuente de financiación propia
- b.- Un pasivo circulante
- c.- Un exigible a largo plazo

2ª PARTE – TEMA A DESARROLLAR

La organización de las empresas

- 1.- Desarrolle un esquema del tema propuesto
- 2.- Concepto de organización y estructura organizativa
- 3.- Organigramas

3ª PARTE – COMENTARIO DE TEXTO

MONITORES PARA NO PASARSE DE PARADA

Miguel Olivares

Monitores para no pasarse de parada en el autobús. El invento funciona ya en líneas municipales de Valencia y en los próximos meses lo hará en las de Sevilla. Una compañía valenciana, Bussi, ha creado este nuevo servicio que facilita al viajero noticias generales y municipales, información de horarios y trayectos y mensajes publicitarios. El usuario de la línea 19 está enfrascado en la lectura de la última batalla empresarial por el control del gas cuando una voz le devuelve a la realidad: “Próxima parada, Plaza de la Reina”. Levanta la vista del periódico y comprueba en el plano que ofrece el monitor de televisión instalado en el autobús que se acerca a su destino con tiempo suficiente para doblar el periódico, recoger sus pertenencias y disponerse a bajar a la calle. Dos asientos más adelante, un usuario ciego que viaja solo también se prepara para dejar el autobús en la parada que le interesa.

¿Ficción? No, un servicio que incorpora desde hace un año la Empresa Municipal de Transportes de Valencia y que se extenderá en junio a los 425 autobuses de la flota. [...]

La imagen de la empresa ha sido diseñada por el estudio de Javier Mariscal y los socios sueñan con extender su propuesta a Madrid y Barcelona. Málaga, Zaragoza, Córdoba y Valladolid se han interesado ya por el producto.

Bussitel tiene una plantilla de 70 personas en Valencia. La extensión del servicio a Sevilla exigirá ampliarla, pero también va a generar “economías de escala”. La sociedad espera obtener beneficios en la unidad de negocio de Valencia en el 2004. La inversión para instalar el servicio en Sevilla se cifra en menos de dos millones de euros, pero la sociedad prevé unas ventas en publicidad de cinco millones en dos años.

CONTESTE A LAS SIGUIENTES CUESTIONES:

- a.- La publicidad en la empresa
- b.- Haga una descripción del producto que comercializa Bussi: qué es, cómo funciona, qué valor añadido aporta a las empresas de autobuses y al usuario de los mismos.
- c.- En su opinión, ¿este proyecto tendría éxito en su lugar de residencia? ¿Qué factores contribuirían al éxito o al fracaso?