

Anexo 2

Pruebas para la obtención de títulos de Técnico y Técnico Superior

MODELO PARA LA ELABORACIÓN DE LAS PRUEBAS

Convocatoria correspondiente al curso 2020-2021

(Resolución de 12 de enero de 2021 de la Dirección General de Educación Secundaria, Formación Profesional y Régimen Especial)

DATOS DEL ASPIRANTE			FIRMA
APELLIDOS:			
Nombre:	D.N.I. N.I.E. o Pasaporte:	Fecha:	
Código del ciclo: (1) TCPM01	Denominación completa del título: (1) Técnico en Confección y Moda		
Clave o código del módulo: (1) 09	Denominación completa del módulo profesional: (1) Empresa e iniciativa emprendedora		

INSTRUCCIONES GENERALES PARA LA REALIZACIÓN DE LA PRUEBA
<p>Para realizar la prueba debe utilizar bolígrafo azul o negro, las respuestas escritas con lápiz o portaminas no se calificarán.</p> <p>El examen consta de 30 preguntas tipo test y dos ejercicios prácticos.</p> <p>En las preguntas tipo test solo hay una respuesta correcta que debe de señalar con un círculo.</p> <p>Si se equivoca o cambia de opinión, la respuesta señalada se tacha con una X y se hace un nuevo círculo en la respuesta elegida como visible.</p>
CRITERIOS DE CALIFICACIÓN Y VALORACIÓN
<p><u>Test valorado en 6 puntos:</u> Cada respuesta correcta del tipo test suma 0,20 puntos, cada respuesta incorrecta resta 0,20 puntos y las preguntas no contestadas ni suman ni restan.</p> <p><u>Casos prácticos (total: 4 puntos):</u> Cálculo de balance, fondo de maniobra y ratios (2 puntos). - Elaboración de factura (2 puntos)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Para la valoración de cada ejercicio práctico debe estar realizado en su totalidad, en caso contrario la puntuación obtenida en dicho ejercicio será cero.

(1) Consígnense las denominaciones exactas y los códigos reflejados en el anexo 1.a o 1.b de las presentes instrucciones.

CALIFICACIÓN
.....



DATOS DEL ASPIRANTE			FIRMA
APELLIDOS:			
Nombre:	D.N.I. N.I.E. o Pasaporte:	Fecha:	

CONTENIDO DE LA PRUEBA:

A. CUESTIONARIO TIPO TEST

1.- En relación a los requisitos básicos del empresario:

- A. La aversión al riesgo es imprescindible en todo empresario.
- B. El capital inicial para afrontar la puesta en marcha puede aportarlo el banco.
- C. Dentro de las habilidades se encuentran las personales y sociales.
- D. Todas las alternativas anteriores son correctas.

2.- La denominada zona de confort:

- A. Es aquel entorno seguro, que dominas y que te ayuda a crecer.
- B. Es la zona que precede a la zona de aprendizaje.
- C. Es la zona en la que amplias la visión del mundo.
- D. Es aquel entorno, similar a la zona de pánico o miedo que facilita el crecimiento.

3.- El número máximo de socios para constituir una sociedad limitada nueva empresa (S.L.N.E) en el momento de su constitución es de:

- A. 7 socios.
- B. 3 socios.
- C. 2 socios.
- D. Ninguna de las anteriores es correcta.

4.- La diferencia entre emprendedor e intraemprendedor radica en que:

- A. El primero es el socio capitalista y el segundo asume el riesgo
- B. El primero es el creador de la empresa y el segundo es un trabajador que tiene autonomía para emprender.
- C. El primero tiene autonomía para emprender y el segundo forma parte de la dirección de la empresa.
- D. El primero gestiona la empresa y el segundo es autónomo.

5.- Señala la afirmación correcta:



- A. Un hobby no puede ser fuente de una idea de negocio porque falta profesionalidad.
- B. Dar un nuevo uso a un producto que ya existe tiene relación con las tendencias del mercado.
- C. Las carencias en el mercado tienen que ver con la innovación de productos.
- D. Una idea de negocio puede surgir de observar las nuevas tendencias del mercado.

6.- Los créditos y préstamos se diferencian en:

- A. Los préstamos son más caros que los créditos.
- B. En los préstamos el banco cobra un tipo de interés y en los créditos una comisión.
- C. En los préstamos solo se pagan intereses por las cantidades utilizadas y en los créditos por la totalidad.
- D. Todas las respuestas anteriores son falsas.

7.- Los prescriptores son personas que:

- A. Obligan de algún modo a los consumidores a comprar un determinado producto.
- B. No tienen la decisión de compra pero pagan el producto, como los padres cuando compran un juguete a un hijo.
- C. Tienen la decisión de compra pero no compran el producto.
- D. Influyen en la decisión de comprar un producto.

8.- En la competencia monopolística:

- A. Los productos son percibidos como únicos en el mercado por lo que la empresa tiene margen de maniobra para subir los precios.
- B. Solo existe una empresa que ofrece el producto.
- C. El gobierno fija los precios.
- D. Las empresas pactan los precios y condiciones de venta.

9.- Una estrategia diferenciada de segmentación:

- A. Se refiere segmentar el mercado para elegir posteriormente un solo segmento.
- B. Se refiere a usar una estrategia diferente para cada segmento.
- C. No es apropiada porque aumenta los costes de venta.
- D. Ninguna de las respuestas anteriores es correcta.

10.- En una empresa, el departamento o área que se encarga de llevar la gestión de almacén, se denomina:

- A. Compras.
- B. Económico - financiero.
- C. Administración.



D. Comercial - marketing.

11.- En una empresa de confección, a la hora de elaborar un balance de situación ¿en qué bloque incluiríamos una máquina remalladora?

- A. En el Activo realizable
- B. En el Activo disponible
- C. En el Inmovilizado material
- D. Son correctas las respuestas A y C.

12.- El marketing mix u operativo lo forman:

- A. El precio, el producto, el posicionamiento y la promoción.
- B. El precio, el producto, el posicionamiento y la distribución.
- C. El producto, el precio, la promoción y la distribución.
- D. Ninguna es cierta.

13.- En el marketing estratégico:

- A. Se plantea la estrategia de posicionamiento en calidad o en precio que va a llevar la empresa.
- B. Caben estrategias de posicionamiento intermedias en la relación calidad/precio.
- C. Es muy útil dibujar un mapa de posicionamiento respecto a la competencia.
- D. Todas son ciertas.

14.- El producto *vaca lechera* en la matriz BCG:

- A. Es aquel cuya tasa de crecimiento de las ventas es alta y sus ventas son altas, por tanto, está en la fase de crecimiento.
- B. Es aquel cuya tasa de crecimiento de las ventas es baja o se mantiene y las ventas son altas, por tanto, está en la fase de madurez.
- C. Es aquel cuya tasa de crecimiento de las ventas es baja y las ventas son bajas, por tanto, está en la fase de declive.
- D. Ninguna de las anteriores es cierta.

15.- El nivel de producto ampliado es el que:

- A. Define las ventajas adicionales que van a ofrecer el producto, tales como facilidades de financiación, instalación, garantías, etc.
- B. Define las características que podemos observar en el producto, tales como la cantidad, calidad, diseño, envase, etc.
- C. Define la necesidad básica que cubre el producto.
- D. Ninguna de las anteriores es correcta.

16.- La marca blanca es:

- A. La marca principal con que cuenta la empresa en su producto estrella.
- B. La marca que tiene los segundos productos de la empresa.



- C. Cuando la empresa utiliza la misma marca para todos los productos.
- D. La marca propia que utilizan las grandes cadenas de distribución de algunos productos elaborados por otros fabricantes.

17.- A la hora de fijar precios la empresa debe considerar a la vez 3 factores:

- A. Lo que están dispuestos a pagar los consumidores, los costes y el precio de la competencia.
- B. Los costes de la empresa, el precio de la competencia y los descuentos que aceptarán los clientes.
- C. Los costes de la empresa, el precio de la competencia y los precios que a nivel psicológico más atraigan a los clientes.
- D. Ninguna de las anteriores es correcta.

18.- Un precio de prestigio es el que:

- A. Motiva a los clientes a entrar en el establecimiento y una vez dentro ya compran otros productos.
- B. Permite a los clientes asociar el producto a una calidad.
- C. Permite sacar al mercado las tecnologías más caras en su inicio para luego ir rebajando su precio.
- D. Todas las respuestas anteriores son falsas.

19.- La diferencia entre la promoción de ventas y el descuento es que:

- A. La promoción de ventas es una actividad comercial de corta duración para estimular las ventas y el descuento es una estrategia de precio.
- B. En la promoción de ventas se entregan muestras gratuitas y regalos mientras que en el descuento no se entrega nada gratis, sino que hay una disminución del precio.
- C. Ambas con ciertas
- D. Todas son falsas.

20.- La ventaja de contar con el departamento de atención al cliente es que:

- A. Se obtiene información de las quejas y sugerencias, lo que permite detectar productos defectuosos, así como realizar mejoras en los mismos.
- B. Se pierden menos clientes, ya que la empresa puede reaccionar ante las reclamaciones y estos quedan más satisfechos.
- C. Ambas son ciertas.
- D. Ninguna de las anteriores es correcta

21.- Lo que caracteriza al empresario individual es:

- A. Que responde con su patrimonio personal de la marcha del negocio.
- B. Que tributa por el IRPF.
- C. Que debe darse de alta en el régimen de autónomos.
- D. Todas son ciertas.



22.- Una de las diferencias entre la S.A y la S.L es:

- A. La S.L tiene un capital mínimo de 3.000 € y la S.A de 66.000 €.
- B. El capital de la S.L se divide en participaciones y el capital de la S.A en acciones, pudiendo los socios vender estas últimas a cualquiera.
- C. El capital de la S.A no es preciso desembolsarlo de forma completa en la constitución de la sociedad, con un 50% es suficiente.
- D. Ninguna de las anteriores es correcta.

23.- El IAE:

- A. Es un impuesto que pagan todas las empresas para comenzar su actividad.
- B. Es un impuesto del que están exentas las empresas que facturan menos de 1 millón de euros, por lo que es un trámite de alta en una actividad más que un impuesto en sí.
- C. Se realiza en el Registro Mercantil de la Provincia.
- D. Ninguna de las anteriores es correcta.

24.- No es cierto que:

- A. Que el umbral de rentabilidad sirva para saber cuántas unidades hay que vender para cubrir todos los gastos.
- B. El precio técnico es el precio de venta para cubrir los costes fijos.
- C. El precio de venta se calcula sumándole un margen al precio técnico.
- D. En el umbral de rentabilidad no hay beneficios ni pérdidas.

25.- La diferencia entre leasing y renting es:

- A. En uno se alquila un bien y en otro se compra directamente.
- B. El leasing incluye mantenimiento, reparaciones y seguros, y el renting no.
- C. El renting incluye mantenimiento, reparaciones y seguros, y el leasing no.
- D. Ninguna de las anteriores es cierta.

26.- Una amortización es:

- A. La pérdida de valor de la empresa cuando tiene pérdidas y no beneficios.
- B. La parte del beneficio que se deja en reservas en la empresa.
- C. La pérdida de valor de un bien de inversión por su uso o porque queda obsoleto.
- D. Ninguna de las anteriores es cierta.

27.- El pasivo hace referencia:

- A. A las deudas que tiene la empresa a corto y a largo plazo.
- B. A los bienes y derechos que posee la empresa.
- C. Al capital que aportan los socios para financiar la empresa.



D. Ninguna de las anteriores es cierta.

28.- El patrimonio neto es cierto que:

- A. Incluye todos los activos de la empresa.
- B. Equivale al capital aportado por los socios.
- C. Al sumarse con el activo da igual al pasivo.
- D. Equivale a las fuentes de financiación internas de la empresa, como capital y reservas, o el resultado pendiente de recibir.

29.- Una empresa deberá entregar trimestralmente las retenciones de IRPF practicadas a:

- A. Los trabajadores en sus nóminas.
- B. Los profesionales por los servicios prestados.
- C. Los arrendadores de los locales comerciales y despachos que utilice la empresa en régimen de alquiler.
- D. A todos hay que practicar retención y entregarla en Hacienda.

30.- En relación al cheque:

- A. Son siempre a la vista, a diferencia de las letras de cambio.
- B. Debe ser siempre al portador.
- C. Si es cruzado podrá ser abonado en efectivo.
- D. Si es conformado no está garantizado.

.

B. CASOS PRÁCTICOS

1. Canesui, S.L tiene los siguientes elementos patrimoniales a finales de año:
 - Caja: 3.500 €
 - Reservas voluntarias: 12.000 €
 - Capital: ¿€?
 - Mercaderías. 1.400 €



- Clientes. 8.200 €
 - Proveedores efectos comerciales a pagar: 11.000 €
 - Construcciones: 123.250 €
 - Mobiliario: 1.650 €
 - Deudas a largo plazo: 31.875 €
 - Deudas a corto plazo: 8.500 €
 - Amortización acumulada inmovilizado: 12.230 €
 - Patente. 12.345 €
 - Terrenos: 62.500 €
- a) Realiza el balance correspondiente nombrando contablemente cada partida y calculando el capital.
- b) Calcula su fondo de maniobra y analiza a través de ratios su situación financiera.





2. Cumplimenta la factura de una relación comercial entre un cliente y una empresa con los siguientes datos. Utiliza el modelo que quieras, siempre que se ajuste a la normativa:

Datos cliente:

- Ferretería González S.L.
- CIF: M25646256
- Domicilio: C/ Somarriba 13, Guipúzcoa 20140 Andoain.
- Tfno: 695265336
- Envío a través de Transportes Rápidos, SL
- Fecha de pedido: 1-7-2020
- Fecha y lugar de entrega: 10-7-2020, C/ Somarriba 13, Guipúzcoa 20140 Andoain.
- Condiciones: portes pagados y 2% de descuento.
- Artículos: Referencia 125215. Limas de 15. Cantidad 20
- Referencia 126589. Limas de 24. Cantidad 15.
- Precio: Art. 125215 = 3 € unidad. Art. 126589 = 2,80 € unidad.
- IVA: 21 %

Datos proveedor:

- Productos metálicos, SL
- CIF: M19854621
- Domicilio: camino del polígono, s/n Paterna (Valencia) 46180.
- Nº pedido: A15612618.
- Nº albarán: A84164533.
- Nº factura: A45945956