



ECONOMÍA Y ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS

Criterios específicos de corrección

ESTRUCTURA DE LA PRUEBA Y CRITERIOS GENERALES DE CALIFICACIÓN

Estructura de la prueba.

El alumno deberá contestar a cuatro cuestiones, de las cuales una será obligatoria y el resto se englobarán en dos bloques opcionales. La cuestión obligatoria será un grupo de preguntas encadenadas sobre un mismo enunciado, teniendo una puntuación de cuatro puntos; el resto de las cuestiones (tres en cada bloque opcional) tendrán una valoración de dos puntos cada una.

Las preguntas se formularán sobre epígrafes o conceptos perfectamente identificables del temario, elegidas entre aquéllas que por su importancia pueden considerarse esenciales para la comprensión del mismo. Con ellas se intentará cubrir los cinco bloques de contenidos señalados en las disposiciones legales.

Criterios de evaluación.

Con la prueba se pretende valorar el conocimiento que el alumno tiene del conjunto del programa, objetivado por medio de la comprensión de conceptos, el manejo de lenguajes y la capacidad de análisis, relación y síntesis. Particularmente el alumno deberá mostrar su capacidad para:

Reconocer y analizar las distintas formas de empresas y su relación con el entorno: estrategias de actuación individual y conjunta ante las exigencias del mercado.

Discernir las ventajas e inconvenientes derivados de la forma jurídica de la empresa, su tamaño, propiedad y nivel tecnológico.

Disponer de una versión global del funcionamiento de las empresas, reconociendo la función de sus áreas internas de actividad, así como sus relaciones con otras entidades.

Identificar a partir de los datos elementales de la contabilidad, la estructura patrimonial de la empresa y sus fuentes de financiación, detectando posibles desajustes o desequilibrios.

Analizar las ventajas e inconvenientes de las distintas modalidades de financiación, tanto internas como externas, evaluando las posibles opciones que se presentan en función del propio carácter de la empresa y sus objetivos.

Comprender la complejidad de los elementos que configuran la estructura organizativa de la empresa, y la necesidad de alcanzar la eficiencia, coordinando tanto los diversos grupos que la conforman como la relación con el exterior.

Integrar los distintos conocimientos de la materia, aplicándolos a casos prácticos en los que se consideren, desde aspectos parciales de funcionamiento hasta la concepción de la empresa en su conjunto.

Se valorará la precisión de conceptos y la expresión razonada de las respuestas.

CRITERIOS ESPECÍFICOS DE CORRECCIÓN

BLOQUE DE RESPUESTA OBLIGADA

- a) El capital social, obtenido del balance por defecto: 24.320 euros (*1 punto*).
- b) Balance. Inmovilizado: 74.600; activo circulante: 15.650; total activo: 90.250; pasivo fijo: 74.480; pasivo circulante: 15.770; total pasivo: 90.250 (*1 punto*).



- c) El fondo de maniobra es ligeramente negativo (-120 euros), lo que indica que está financiando una pequeña del inmovilizado con pasivo circulante, lo que puede acarrear alguna dificultad (1 punto).
- d) Es la expresión que contabiliza la depreciación o pérdida de valor del inmovilizado por el desgaste en el uso, paso del tiempo u obsolescencia (1 punto).

ALTERNATIVA A

1) Tiene previsto financiar la compra de inmovilizado (activo fijo) con medios de financiación a corto plazo, lo cual no es correcto pues puede provocar una situación de desequilibrio financiero, con las consiguientes dificultades para devolver el exigible en forma de crédito comercial y línea de crédito (1 punto). Lo correcto es financiar la compra de la máquina excavadora mediante fondos propios derivados de beneficios no repartidos o mediante una modalidad de préstamo a largo plazo (1 punto).

2) Productividad: relación entre la producción de un periodo y la cantidad de recursos empleados en alcanzarla. Eficiencia: relación entre los ingresos obtenidos y los recursos invertidos para producirlos (activo). Rentabilidad: relación entre los resultados obtenidos (beneficios) y los recursos invertidos (activo, si es rentabilidad económica; neto, si se trata de rentabilidad financiera) (Los 3 conceptos: 2 puntos; 2 conceptos: 1 punto; 1 concepto: 0,5 puntos).

3) El conocimiento es un activo intangible que comprende el conjunto de actividades emprendidas para utilizar, compartir y desarrollar los conocimientos de la organización y de las personas que trabajan en ella. (Concepto: 1 punto). Actitudes: creativa, capacidad crítica, capacidad de trabajar en equipo, predisposición a establecer acuerdos, visión global que valore las interrelaciones existentes en la organización, predisposición y capacidad para aprender de la experiencia (1 punto).

ALTERNATIVA B

1) Ventajas e inconvenientes de las PYMES. a) Precios: inconveniente, al no obtener menores costes en economías de escala o de poder de mercado. b) Flexibilidad: ventaja, su estructura sencilla les posibilita una mayor capacidad de adaptación a los cambios del mercado. c) Clima laboral: ventaja, la relación continua de la dirección con los trabajadores facilita la comunicación y participación directa lo que evita conflictos laborales. d) Nivel de formación: inconveniente, disponen de menos recursos humanos especializados con conocimientos técnicos en comparación con una gran empresa. e) Financiación: inconveniente, no pueden acceder a determinadas formas de financiación como la bolsa o su capacidad de conseguir buenas condiciones en las entidades financieras es mucho menor. (Cinco respuestas correctas: 2 puntos; cuatro: 1,5 puntos; tres: 1 punto; dos: 0,5 puntos).

2) La gestión de la calidad total hace referencia a la búsqueda de la adecuación de los productos de la empresa a los usos previstos, basándose en la participación de todos los miembros de la organización y orientación a la rentabilidad. Se puede hacer alusión a la certificación y normas ISO 9000. (1 punto). Para la empresa supone una mejora en la oferta al mercado, con mayor valor añadido y menores defectos; para el trabajador, puede ser un estímulo y motivación cuando participa del objetivo de la calidad total y de sus frutos (1 punto).

3) La investigación comercial o estudio de mercados es un proceso de investigación cuya finalidad es obtener información relevante sobre el consumidor, el grado de competencia y otras características del entorno que afecta al producto (1 punto). La información obtenida permite tomar mejores decisiones en materia de productos, precio, distribución y comunicación (1 punto).