

ORDEN 1/2025, de 28 de enero, de la Conselleria de Educación, Cultura, Universidades y Empleo, por la que se convoca procedimiento selectivo de concurso- oposición de ingreso y procedimiento para la adquisición de nuevas especialidades en los cuerpos de profesores de Enseñanza Secundaria, profesores especialistas en Sectores Singulares de la Formación Profesional, profesores de Escuelas Oficiales de Idiomas, profesores de Música y Artes Escénicas y profesores de Artes Plásticas y Diseño.

ESPECIALIDAD 265_ ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN COMERCIAL

PRIMERA PRUEBA PARTE B

MODELO 1

EJERCICIO 1	2 PUNTOS
EJERCICIO 2	3 PUNTOS
EJERCICIO 3	4 PUNTOS
JUSTIFICACIÓN PEDAGÓGICA	1 PUNTO

NOTA IMPORTANTE:

Todas las respuestas deben estar debidamente razonadas, incluyendo los pasos intermedios que conduzcan a la solución. En aquellos casos que sea necesario, deberán incorporarse los correspondientes cálculos numéricos de forma detallada, justificando cada operación realizada.

EJERCICIO 1

La empresa MABEL, S.A, dedicada a la venta de muebles, presenta las siguientes cuentas contables a 31 de diciembre de 2024 expresadas en euros:

Reservas	100.000
Clientes	250.000
Construcciones	100.000
Terrenos y bienes naturales	20.000
Capital social	100.000
Mercaderías	260.000
Aplicaciones informáticas	100.000
Caja y Bancos	10.000
Proveedores	100.000
Acreedores a corto plazo	360.000
Proveedores de inmovilizado a largo plazo	200.000
Maquinaria	200.000
Elementos de transporte	70.000
Amortización Acumulada Inmovilizado Material	125.000
Amortización Acumulada Inmovilizado Intangible	25.000

SE PIDE:

- A. Elaborar el Balance de Situación identificando las diferentes masas patrimoniales de acuerdo con el Plan General Contable. (0.5 puntos)
- B. A la vista de los datos del balance anterior, calcula los siguientes ratios y explica el significado del resultado obtenido para poder emitir un informe sobre la situación patrimonial y financiera de la empresa: (1.5 puntos)
1. Fondo de maniobra.
 2. Ratio de disponibilidad
 3. Ratio de tesorería
 4. Ratio de liquidez
 5. Ratio de garantía
 6. Ratio de endeudamiento.

EJERCICIO 2

ELECTROCASA SL es una empresa madrileña con NIF B 123987345 que se dedica a la compraventa de lavadoras (código arancelario 8450119000). Las operaciones que ha realizado durante el primer trimestre del año en curso son las siguientes:

1. Ventas a una empresa madrileña acogida al Régimen Especial de Recargo de Equivalencia por valor de 18.000 €.
2. Ventas a una empresa murciana por valor de 15.000 €. Esta empresa murciana, que actúa como trader, los exporta posteriormente a Turquía.
3. Compras a su proveedor de Toledo por valor de 10.000 €.
4. Ventas a un cliente alemán por valor de 14.000 €.
5. Ventas a un cliente de Tenerife por valor de 3.000 €.
6. Venta a un cliente turco por valor de 30.000 €.
7. Compras a un proveedor de Francia por valor de 12.000 €.
8. Importación.
Compra a un proveedor de Estados Unidos en condiciones CPT (Puerto de Valencia, Incoterms 2020) por valor de 28.250 USD (tipo de cambio 1 EUR = 1,13 USD). En la carta de porte figura como lugar de destino Madrid. Los costes logísticos fueron los siguientes:

- Transporte por carretera desde el almacén del proveedor hasta el puerto de Nueva York 300 €.
- Costes del puerto de embarque 150 €.
- Carga en el buque en el puerto de Nueva York 120 €.
- Flete marítimo puerto de Nueva York al puerto de Valencia 850 €.
- Seguro del transporte marítimo 90 €.
- Tarifa portuaria (T3) 60 €.
- Costes de manipulación y descarga 90 €.
- Transporte Valencia a Madrid 100 €.
- Arancel: 2,60 %.

9. Importación.

Compra a un proveedor de Brasil lavadoras en condiciones FCA (Puerto de Santos Brasil, Incoterms 2020) por valor de 6.000 €. El contenedor ha entrado por el puerto de Valencia y la posterior desagregación de la mercancía se ha hecho en un Almacén de Depósito Temporal en Riba-roja. Posteriormente, la mercancía es transportada hasta Madrid donde se encuentra el almacén de ELECTROCASA SL. Los datos de la operación fueron los siguientes:

- Canon que pagar sin el cual no se podría realizar la venta 200 €.
- Transporte por carretera desde el almacén del proveedor hasta el puerto de Santos. 120 €.
- Costes del puerto de embarque. 90 €.
- Carga en el buque 95 €.
- Transporte marítimo internacional 1.700 €.
- Seguro correspondiente al flete 300 €.
- Gastos de manipulación y descarga en el puerto de Valencia 150 €.
- Transporte del puerto de Valencia a Riba-roja.100 €.
- Transporte de Riba-roja a Madrid 300 €.
- Arancel: 2,60 %.

10. Importación.

Compra lavadoras de Arabia Saudí en condiciones CIP (Puerto de Valencia, Incoterms 2020) por valor de 7.000 €. ELECTROCASA SL. decide incluir estas lavadoras en el régimen de depósito aduanero hasta que decida qué hacer con dichas lavadoras. Los datos de la operación fueron los siguientes:

- Transporte por carretera desde el almacén del proveedor hasta el puerto de Yeda (Jeddah Islamic Port) 200 €.
- Costes del puerto de embarque 120 €.
- Flete marítimo puerto de Yeda al puerto de Valencia 1.000 €.
- Seguro del transporte marítimo 90 €.
- Tarifa portuaria (T3) en el puerto de Valencia. 60 €.
- Gastos de manipulación y descarga en el puerto de Valencia 130 €.
- Transporte y seguro desde el puerto de Valencia a Madrid 100 €.
- Arancel: 2,60 %.

NOTA:

Tipo de IVA: General.

SE PIDE: El resultado de la liquidación trimestral, suponiendo que la declaración anterior arrojó un resultado negativo de 3.400 € razonando la respuesta. ¿En qué modelo se presenta la declaración trimestral? ¿Cuál es el periodo de presentación?

(3 puntos)

EJERCICIO 3

La empresa VivoCaff ha lanzado al mercado una nueva cafetera de cápsulas, dirigida al público adulto. Para su comercialización, va a desarrollar una campaña de publicidad que puede ser en televisión o en medios digitales. Toda la información de planificación ha sido elaborada a partir del sistema de información de marketing de VivoCaff, que ha proporcionado las estimaciones iniciales sobre los posibles KPIs de la campaña.

El público objetivo (PO) para la campaña es de 10.000.000 de personas.

La información prevista sobre impactos y probabilidades de compra de cada consumidor contactado en cada grupo, es la siguiente:

Televisión:

Grupo	Impactos en cada miembro del grupo	Porcentaje (%) del público objetivo	Probabilidad de compra (%) en cada consumidor impactado en cada grupo
1	0 impactos	50%	0%
2	1 impacto	25%	0,2%
3	2 impactos	20%	0,6%
4	3 impactos	5%	1,5%

Medios digitales:

Grupo	Impactos en cada miembro del grupo	Porcentaje (%) del público objetivo	Probabilidad de compra (%) en cada consumidor impactado en cada grupo
1	0 impactos	80%	0%
2	1 impacto	10%	0,6%
3	2 impactos	6%	1%
4	3 impactos	4%	2,5%

Condiciones contractuales con la agencia de medios:

VivoCaff ha pactado un coste con la agencia de medios, de forma que inicialmente se realizará un pago anticipado basado en las estimaciones de planificación, y al finalizar la campaña, se ajustará el coste final en función de los resultados reales de puntos de audiencia (GRPs) obtenidos.

El coste pactado con la agencia es:

Medio	Coste por punto porcentual de audiencia GRP
Televisión	2.500 €
Digital	2.000 €

Información económica del producto:

- Precio de venta de la cafetera: 80 €
- Margen neto por unidad vendida: 20 €

SE PIDE:

- A. Calcular el número de impactos generados en cada grupo de cada medio, así como la cobertura conseguida en cada medio. (0.8 puntos).
- B. Calcular la frecuencia media (OTS) y los GRPs obtenidos en cada medio. (0.8 puntos).
- C. Calcular las ventas previstas en cada medio y el coste de campaña correspondiente en función de los GRPs obtenidos. (0.8 puntos).
- D. Calcular el beneficio bruto (sin descontar costes de campaña) y el beneficio neto (descontando el coste de campaña) en cada medio. (0.8 puntos).
- E. Identificar cuál de los dos medios resulta más conveniente para VivoCaff, justificando la respuesta. (0.8 puntos).

JUSTIFICACIÓN PEDAGÓGICA

Una vez finalizados los ejercicios y separadamente, justifique pedagógicamente los tres supuestos prácticos propuestos, contextualizándolos en el currículo oficial y adaptándolos a las características del alumnado (conocimientos previos, diversidad y necesidades).

Relacione el contenido principal con otros de la especialidad, integre medidas de inclusión, utilice recursos didácticos adecuados e innovadores y, si procede, haga referencia a los criterios e instrumentos de evaluación. (1 punto).

ORDE 1/2025, de 28 de gener, de la Conselleria d'Educació, Cultura, Universitats i Ocupació, per la qual es convoca procediment selectiu de concurs- oposició d'ingrés i procediment per a l'adquisició de noves especialitats en els cossos de professors d'Ensenyança Secundària, professors especialistes en Sectors Singulars de la Formació Professional, professors d'Escoles Oficials d'Idiomes, professors de Música i Arts Escèniques i professors d'Arts Plàstiques i Disseny.

ESPECIALITAT 265_ ORGANITZACIÓ I GESTIÓ COMERCIAL

PRIMERA PROVA PART B

MODEL 1

EXERCICI 1	2 PUNTS
EXERCICI 2	3 PUNTS
EXERCICI 3	4 PUNTS
JUSTIFICACIÓ PEDAGÒGICA	1 PUNT

NOTA IMPORTANT:

Totes les respostes han d'estar degudament raonades, incloent-hi els passos intermedis que conduïsquen a la solució. En aquells casos que siga necessari, hauran d'incorporar-se els corresponents càlculs numèrics de manera detallada, justificant cada operació realitzada.

EXERCICI 1

L'empresa MABEL, S.A, dedicada a la venda de mobles, presenta els següents comptes comptables a 31 de desembre de 2024 expressats en euros:

Reserves	100.000
Clients	250.000
Construccions	100.000
Terrenys i béns naturals	20.000
Capital social	100.000
Mercaderies	260.000
Aplicacions informàtiques	100.000
Caixa i Bancs	10.000
Proveïdors	100.000
Creditors a curt termini	360.000
Proveïdors d'immobilitzat a llarg termini	200.000
Maquinària	200.000
Elements de transport	70.000
Amortització Acumulada Immobilitzat Material	125.000
Amortització Acumulada Immobilitzat Intangible	25.000

ES DEMANA:

- A. Elaborar el Balanç de Situació identificant les diferents masses patrimonials d'acord amb el Pla General Comptable. (0.5 punts)
- B. A la vista de les dades del balanç anterior, calcula els següents ràtios i explica el significat del resultat obtingut per a poder emetre un informe sobre la situació patrimonial i financera de l'empresa: (1.5 punts)
1. Fons de maniobra.
 2. Ràtio de disponibilitat
 3. Ràtio de tresoreria
 4. Ràtio de liquiditat
 5. Ràtio de garantia
 6. Ràtio d'endeutament.

EXERCICI 2

ELECTROCASA SL és una empresa madrilenya amb NIF B 123987345 que es dedica a la compravenda de llavadors (codi aranzelari 8450119000). Les operacions que ha realitzat durant el primer trimestre de l'any en curs són les següents:

1. Vendes a una empresa madrilenya acollida al Règim Especial de Recàrrec d'Equivalència per valor de 18.000 €.
2. Vendes a una empresa murciana per valor de 15.000 €. Esta empresa murciana, que actua com trader, els exporta posteriorment a Turquia.
3. Compres al seu proveïdor de Toledo per valor de 10.000 €.
4. Vendes a un client alemany per valor de 14.000 €.
5. Vendes a un client de Tenerife per valor de 3.000 €.
6. Venda a un client turc per valor de 30.000 €.
7. Compres a un proveïdor de França per valor de 12.000 €.
8. Importació.
Compra a un proveïdor dels Estats Units en condicions CPT (Port de València, Incoterms 2020) per valor de 28.250 USD (tipus de canvi 1 EUR = 1,13 USD). En la carta de port figura com a lloc de destinació Madrid. Els costos logístics van ser els següents:

- Transport per carretera des del magatzem del proveïdor fins al port de Nova York 300 €.
- Costos del port d'embarcament 150 €.
- Càrrega en el vaixell en el port de Nova York 120 €.
- Noli marítim port de Nova York al port de València 850 €.
- Segur del transport marítim 90 €.
- Tarifa portuària (T3) 60 €.
- Costos de manipulació i descàrrega 90 €.
- Transport València a Madrid 100 €.
- Aranzel: 2,60%.

9. Importació.

Compra a un proveïdor del Brasil rentadores en condicions FCA (Port de Santos Brasil, Incoterms 2020) per valor de 6.000 €. El contenidor ha entrat pel port de València i la posterior desagregació de la mercaderia s'ha fet en un Magatzem de Depòsit Temporal en Riba-roja. Posteriorment, la mercaderia és transportada fins a Madrid on es troba el magatzem de ELECTROCASA SL. Les dades de l'operació van ser els següents:

- Cànon que pagar sense el qual no es podria realitzar la venda 200 €.
- Transport per carretera des del magatzem del proveïdor fins al port de Santos 120 €.
- Costos del port d'embarcament 90 €.
- Càrrega en el vaixell 95 €.
- Transport marítim internacional 1.700 €.
- Segur corresponent al transport marítim internacional 300 €.
- Despeses de manipulació i descàrrega en el port de València 150 €.
- Transport del port de València a Riba-roja 100 €.
- Transport de Riba-roja a Madrid 300 €.
- Aranzel: 2,60%.

10. Importació.

Compra rentadores de l'Aràbia Saudita en condicions CIP (Port de València, Incoterms 2020) per valor de 7.000 €. ELECTROCASA SL. decideix incloure estes llavadores en el règim de depòsit duaner fins que decidisca què fer amb estes llavadores. Les dades de l'operació van ser els següents:

- Transport per carretera des del magatzem del proveïdor fins al port de Gidda (Jeddah Islamic Port) 200 €.
- Costos del port d'embarcament 120 €.
- Noli marítim port de Gidda al port de València 1.000 €.
- Segur del transport marítim 90 €.
- Tarifa portuària (T3) en el port de València 60 €.
- Despeses de manipulació i descàrrega en el port de València 130 €.
- Transport i assegurança des del port de València a Madrid 100 €.
- Aranzel: 2,60%.

NOTA:

Tipus d'IVA: General.

ES DEMANA: El resultat de la liquidació trimestral, suposant que la declaració anterior va llançar un resultat negatiu de 3.400 € raonant la resposta. En quin model es presenta la declaració trimestral? Quin és el període de presentació? (3 punts)

EXERCICI 3

L'empresa VivoCaff ha llançat al mercat una nova cafetera de càpsules, dirigida al públic adult. Per a la seua comercialització, desenrotllarà una campanya de publicitat que pot ser en televisió o en mitjans digitals. Tota la informació de planificació ha sigut elaborada a partir del sistema d'informació de màrqueting de VivoCaff, que ha proporcionat les estimacions inicials sobre els possibles KPIs de la campanya.

El públic objectiu (PO) per a la campanya és de 10.000.000 de persones.

La informació prevista sobre impactes i probabilitats de compra de cada consumidor contactat en cada grup, és la següent:

Televisió:

Grup	Impactes en cada membre del grup.	Percentatge (%) del públic objectiu	Probabilitat de compra (%) en cada consumidor impactat en cada grup
1	0 impactes	50%	0%
2	1 impacte	25%	0,2%
3	2 impactes	20%	0,6%
4	3 impactes	5%	1,5%

Mitjans digitals:

Grup	Impactes en cada membre del grup.	Percentatge (%) del públic objectiu	Probabilitat de compra (%) en cada consumidor impactat en cada grup
1	0 impactes	80%	0%
2	1 impacte	10%	0,6%
3	2 impactes	6%	1%
4	3 impactes	4%	2,5%

Condicions contractuals amb l'agència de mitjans:

VivoCaff ha pactat un cost amb l'agència de mitjans, de manera que inicialment es realitzarà un pagament anticipat basat en les estimacions de planificació, i en finalitzar la campanya, s'ajustarà el cost final en funció dels resultats reals de punts d'audiència (GRPs) obtinguts.

El cost pactat amb l'agència és:

Mitjà	Cost per punt percentual d'audiència GRP
Televisió	2.500 €
Digital	2.000 €

Informació econòmica del producte:

- Preu de venda de la cafetera: 80 €
- Marge net per unitat venuda: 20 €

ES DEMANA:

- A. Calcular el número d'impactes generats en cada grup de cada mitjà, així com la cobertura aconseguida en cada mitjà. (0.8 punts).
- B. Calcular la freqüència mitjana (OTS) i els GRPs obtinguts en cada mitjà. (0.8 punts).
- C. Calcular les vendes previstes en cada mitjà i el cost de campanya corresponent en funció dels GRPs obtinguts. (0.8 punts).
- D. Calcular el benefici brut (sense descomptar costos de campanya) i el benefici net (descomptant el cost de campanya) en cada mitjà. (0.8 punts).
- E. Identificar quin dels dos mitjans resulta més convenient per a VivoCaff, justificant la resposta. (0.8 punts).

JUSTIFICACIÓ PEDAGÒGICA

Una vegada finalitzats els exercicis i separatament, justifique pedagògicament els tres supòsits pràctics proposats, contextualitzant-los en el currículum oficial i adaptant-los a les característiques de l'alumnat (coneixements previs, diversitat i necessitats).

Relacione el contingut principal amb uns altres de l'especialitat, integre mesures d'inclusió, utilitze recursos didàctics adequats i innovadors i, si és procedent, faça referència als criteris i instruments d'avaluació. (1 punt).