

Pruebas para la obtención de títulos de Técnico y Técnico Superior

Convocatoria correspondiente al curso 2025-2026

(Resolución de 12 de diciembre de 2025 de la Dirección General de Educación Secundaria, Formación Profesional y Régimen Especial)

DATOS DEL ALUMNO			FIRMA
APELLIDOS:			
Nombre:	D.N.I./ N.I.E.	Fecha:	
Código del ciclo: HOTS04	Denominación completa del título: TÉCNICO SUPERIOR EN DIRECCIÓN DE COCINA		
Clave o código del módulo: 10 - 0503	Denominación completa del módulo profesional: GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y COMERCIAL EN RESTAURACIÓN		

INSTRUCCIONES GENERALES PARA LA REALIZACIÓN DE LA PRUEBA
- Cumplimentar los datos del aspirante antes del examen y firmar en todas las hojas que se entreguen. - Tener disponible el DNI o documento identificativo equivalente en la mesa. - Señalar y escribir con tinta indeleble, que no sea roja, las respuestas y su desarrollo. No utilizar lápiz. - Si se ha de rectificar una respuesta, trazar un aspa o tachar con una línea horizontal. No utilizar líquido corrector (Tippex). - Utilizar solamente el papel facilitado por el examinador (con el sello y formato correspondiente). - Se deberá utilizar calculadora - En caso de ser necesario, utilizar dos decimales en los cálculos sin redondear. - Se dispone de 90 minutos para la realización de la prueba. - Cada pregunta tipo test tiene una única respuesta correcta.
CRITERIOS DE CALIFICACIÓN Y VALORACIÓN
- La parte A de la prueba (tipo test) tendrá un valor de 7 puntos en total. - Cada una de las preguntas tipo test correctamente contestadas sumarán 0,25 puntos. - Cada respuesta incorrecta penalizará $\frac{1}{3}$ de una respuesta correcta, lo que supone que cada tres preguntas incorrectas se anulará una respuesta correcta. Las preguntas tipo test no contestadas no penalizan. - La parte B consta de dos ejercicios prácticos, con un valor total de 3 puntos. Cada uno de ellos tendrá un valor de 1,5 puntos. - Los ejercicios prácticos incorrectos no penalizan. - Además de la exactitud de los cálculos y resultados, se valorará la claridad en los planteamientos y la elaboración de conclusiones que expliquen los resultados obtenidos.

CALIFICACIÓN
.....

DATOS DEL ALUMNO			FIRMA
APELLIDOS:			
Nombre:	D.N.I./ N.I.E	Fecha:	

CONTENIDO DE LA PRUEBA:

PARTE A (7 PUNTOS)

- La estrategia de precios de mercado consiste en...**
 - Situarse por debajo del precio medio.
 - Situarse por encima del precio medio.
 - Alinearse con la competencia directa
- El alquiler del local es un coste...**
 - Variable
 - Indirecto
 - Ninguna de las anteriores
- El prime cost no debería superar...**
 - El 60% de los ingresos
 - El 75% de los ingresos
 - El 85% de los ingresos
- Los establecimientos que prestan servicios de platos y/o bebida a cualquier hora (dentro de las que permanezcan abiertas) y que no precisan ser ofrecidos en comedor independiente se conocen como...**
 - Bar
 - Cafetería
 - Restaurante
- Los establecimientos de restauración informal (casual dining) constituyen un modelo de servicio propio de...**
 - La restauración tradicional
 - La neorrestauración
 - Restauración diferida
- Para poder llevar a cabo una estrategia de precios altos, y que el consumidor esté dispuesto a pagarlos debemos ofrecer algún rasgo diferenciador de la competencia.**
 - Verdadero
 - Falso
- Para garantizar la rentabilidad, el beneficio debería situarse aproximadamente...**
 - Entre el 10% y el 20% sobre ventas.
 - Entre el 5% y el 10% sobre ventas.
 - Entre el 25% y el 30% sobre ventas.
- Según los "magic numbers", es preferible:**
 - 7,00 € frente a 6,95 €
 - 6,95 € frente a 7,00 €
 - 7,10 € frente a 6,95 €
- En la restauración tradicional se requiere de poco personal en cocina y no es necesario que este posea una formación y cualificación exigentes, puesto que la mayor parte de los platos llegan casi totalmente elaborados.**
 - Verdadero
 - Falso

10. El término público objetivo hace referencia a...
- El conjunto de personas consumidoras potenciales que comparten una necesidad o deseo
 - La parte del mercado a la que se dirige específicamente la oferta de un producto o servicio
 - Ninguna de las anteriores
11. En el análisis DAFO, el aumento del turismo en la zona donde se ubica el restaurante supondría...
- Una fortaleza
 - Una oportunidad
 - Una amenaza
12. El modelo PESTEL incluye el estudio de factores...
- Políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y legales
 - Públicos, económicos, del servicio, tecnológicos, ambientales y legales
 - Ninguna de las anteriores
13. El modelo de las 5 Fuerzas Competitivas de Porter se utiliza en el análisis del...
- Macroentorno
 - Microentorno
 - Entorno interno de la empresa
14. El proceso de creación de servicios, es decir, la organización de elementos físicos y humanos necesaria para la realización de la prestación de un servicio cuyas características y niveles de calidad han sido previamente determinados, se denomina servucción.
- Verdadero
 - Falso
15. Las competencias en materia de turismo, que es el departamento o área administrativa de la que suele depender el sector de la restauración, se encuentran transferidas a las comunidades autónomas.
- Verdadero
 - Falso
16. El camino que sigue el producto o servicio a través de los intermediarios hasta llegar al consumidor o persona usuaria final se conoce como...
- Venta directa
 - Canal de distribución
 - Ninguna de las anteriores
17. Identificar de qué manera responde un individuo frente a una carta de, analizando cuáles son las zonas de mayor visibilidad para colocar en ellas los platos que tienen un interés especial o que se pretenden destacar es una técnica propia de la...
- Táctica de adjetivación
 - Táctica Gestalt
 - Táctica de cierre
18. La publicidad...
- Promociona el producto/servicio mediante la interacción directa con el personal de contacto
 - Se basa en una comunicación masiva e impersonal, resultando difícil de saber su repercusión y efectividad real
 - Incluye aquellas acciones destinadas a crear y mantener una buena relación entre la empresa y el público en general
19. En la técnica del menú engineering, los platos... son aquellos que presentan un índice de popularidad alto y un margen bruto de explotación alto, por lo que son los más interesantes
- Estrella
 - Vaca
 - Perro
20. Señala la acción correcta a tomar en cuanto a los platos "caballo" o "vaca" en el menú engineering.
- Cambiar el nombre del plato por otro más sugerente, para llamar la atención de los clientes
 - Mantener el precio e incidir sobre el coste, para aumentar el margen de beneficio, por ejemplo disminuyendo la ración
 - Bajar su precio de venta, para comprobar si el problema de su baja popularidad se debe a que es percibido como caro

21. El documento emitido por el proveedor, que acompaña a la mercancía y que puede ser valorado o no valorado se denomina...
- a) Factura
 - b) Registro de pedidos
 - c) Albarán
22. Los costes fijos...
- a) No están relacionados con la actividad de la empresa, es decir, incurrirá en ellos tanto si tiene clientes como si no.
 - b) La compra de materia prima es un ejemplo de ellos
 - c) Ambas respuestas son correctas
23. La contabilidad que tiene como objetivo determinar el estado contable de la empresa de conformidad con las disposiciones legales, y está orientada a proporcionar información útil para la toma de decisiones económicas de terceros como accionistas, inversores, la hacienda pública, entidades bancarias, etc. se denomina...
- a) Contabilidad analítica
 - b) Contabilidad de costes
 - c) Contabilidad financiera
24. El documento de las cuentas anuales que informa de todos los movimientos de tesorería de la empresa es...
- a) El estado de flujos de efectivo
 - b) El balance
 - c) Ninguna de las anteriores
25. Para incidir en los ingresos, podemos actuar sobre...
- a) Las unidades vendidas
 - b) El precio
 - c) Ambas son correctas
26. En caso de incidencia en la recepción de materias primas, el código de comercio establece un plazo de cuatro días para reclamar defectos en mercancías si esta va embalada.
- a) Verdadero
 - b) Falso
27. El umbral de rentabilidad, punto muerto o punto de equilibrio...
- a) Se refiere al volumen de negocio a partir del cual, una vez cubiertos los costes, la empresa empieza a generar beneficio
 - b) Se puede calcular en unidades físicas (por ejemplo número de clientes) y en unidades monetarias (facturación o cifra de ventas)
 - c) Ambas respuestas son correctas
28. El documento contable que nos permite conocer el coste de un plato a partir de los costes detallados de las materias primas o ingredientes necesarios para elaborarlo se conoce como...
- a) Balance de situación
 - b) Cuenta de explotación
 - c) Ninguna de las anteriores



1. Compramos una pieza de carne de 17 kilos a 7,30 €/kg. Una vez limpio se obtienen 9,750 kilos de filetes, 3,250 kilos de carne para salteados, 3 kilos de huesos y 1 kilo de sebo. La carne para salteados se valora en el mercado a 5,70 €/kg, el sebo no tiene valor comercial y los huesos a 0,60 €/Kg.

- | TEST DE RENDIMIENTO | | | |
|---------------------|---------------------|-----------------------------------|-------------|
| Conceptos | Peso (kg) | Coste por Kilo | Coste total |
| | | | |
| Peso de la ración: | Coste de la ración: | Número de raciones de cada pieza: | |



2. Un restaurante ingresó en el año 2025 un total de 778.400 euros. Los costes de materia prima ascendieron a 274.840 euros. Los costes de personal supusieron 211.110 euros. Los costes generales por su parte ascendieron a 126.070 euros.

- Representa en el siguiente cuadro la cuenta de explotación de este restaurante, calculando el margen bruto de explotación y el beneficio neto. (1 punto)
- Calcula los porcentajes de cada concepto de la cuenta de explotación. (0,5 puntos)

[illegible]



**Comunidad
de Madrid**





**Comunidad
de Madrid**

