



# PRUEBA DE ACCESO A LA UNIVERSIDAD Y PRUEBA DE ADMISIÓN

ANDALUCÍA, CEUTA, MELILLA y CENTROS en MARRUECOS  
CURSO 2024-2025

EMPRESA Y DISEÑO DE  
MODELOS DE NEGOCIO

- Instrucciones:**
- Duración: 1 hora y 30 minutos.
  - Todas las cuestiones deben responderse en el papel entregado para la realización del examen y nunca en los folios que contienen los enunciados.
  - El examen consta de dos partes. La primera parte contiene dos problemas sin optatividad de dos puntos cada uno. La segunda parte comprende seis preguntas teóricas de un punto cada una, correspondientes a los Bloques A a E, donde usted podrá elegir en cada bloque entre diferentes alternativas. Solamente se corregirán las respuestas máximas requeridas según orden de presentación.

## PRIMERA PARTE: PROBLEMAS SIN OPTATIVIDAD

### Bloque C: El modelo de negocio y de gestión. **Problema.**

**PROBLEMA 1.** Una empresa sevillana que compra y vende chatarra está interesada en calcular:

- Los costes fijos que tuvo en el año 1, sabiendo que el punto muerto que se calculó para ese año fue de 3 millones de kilogramos de chatarra, siendo el coste variable del kilo de chatarra 0,07 euros y el precio de venta tres veces superior a dicho coste variable.
- El punto muerto en el año 2, teniendo en cuenta que los costes fijos se han mantenido iguales a los del año 1, que los costes variables han crecido, situándose en 0,09 euros el kilogramo, siendo el precio de venta igualmente tres veces superior. Comente el significado de dicho punto muerto.

### Bloque E: Estrategia empresarial y métodos de análisis de la realidad empresarial: estudio de casos y simulación. **Problema.**

**PROBLEMA 2.** Una empresa mayorista comercializadora de artículos de decoración para el hogar presenta la siguiente información patrimonial al cierre del ejercicio 2024 (cuantías en euros):

Mercaderías	210.000	Elementos de transporte	64.000
Capital social	100.000	Clientes	42.000
Resultado del ejercicio	¿...?	Equipos para proceso de información	7.000
Proveedores	90.000	Caja, euros	400
Acreedores por prestación de servicios	6.000	Reservas voluntarias	10.000
Construcciones	93.000	Bancos, c/c a la vista	37.600
Proveedores de inmovilizado a corto plazo	3.000	Amortización acumulada del Inmovilizado Material	29.000
Deudas a largo plazo con entidades de crédito	117.000	Proveedores, efectos comerciales a pagar	24.000

- Ordene las cuentas anteriores a 31 de diciembre de 2024, según el modelo de Balance de situación del P.G.C. y obtenga la cifra de *Resultado del ejercicio*.
- Calcule la *Ratio de tesorería* (Activo circulante / Pasivo circulante) y, en base a ese resultado, explique en qué situación se encuentra la empresa en lo que respecta a su solvencia a corto plazo.

## SEGUNDA PARTE: PREGUNTAS COMPETENCIALES SOBRE LA TEORÍA

**Bloque A.** La actividad emprendedora y el emprendimiento. Elija UNA pregunta de las dos propuestas.

**A.1.** Una joven graduada, que comenzará próximamente su carrera profesional, ha oído hablar del *techo de cristal* que tienen las mujeres, pero no sabe muy bien a qué se refiere exactamente.

- Explique a esta joven qué es dicho *techo de cristal*.
- Enumere y explique brevemente dos de las dificultades **debido a su género** a las que podría enfrentarse la joven graduada si decide emprender un negocio propio.



## PRUEBA DE ACCESO A LA UNIVERSIDAD Y PRUEBA DE ADMISIÓN

ANDALUCÍA, CEUTA, MELILLA y CENTROS en MARRUECOS

CURSO 2024-2025

EMPRESA Y DISEÑO DE  
MODELOS DE NEGOCIO

**A.2.** Miguel terminó su formación como arquitecto y se incorporó a trabajar en una gran empresa donde obtuvo una importante experiencia y consiguió promocionarse. Sin embargo, tras una crisis económica, fue despedido de la empresa. Su conocimiento del mercado le permitió iniciar un pequeño negocio relacionado con proyectos de viviendas eficientes que minimizaban el gasto energético. Tras años de dificultades y retos, la empresa parece asentarse en el mercado. ¿Qué **tipo de emprendedor** cree usted que es Miguel? Justifique su respuesta.

**Bloque B.** El entorno económico y social y su influencia en la actividad empresarial.

Elija **UNA** pregunta de las dos propuestas.

**B.1.** Dos jóvenes almerienses están decididas a montar una tienda de ropa deportiva en un pequeño local que han encontrado en el centro de la ciudad a un precio muy asequible. Se plantean, como alternativa más probable, que su nueva empresa adopte la forma jurídica de **sociedad limitada**. Explíquelas los requisitos de capital mínimo y reparto de beneficios de esta forma jurídica.

**B.2.** Una empresa que fabrica calzado y exporta gran parte de su producción ve condicionada su actividad por los siguientes factores:

- Aumento del tipo de cambio del euro con respecto al dólar
- Incremento de los aranceles en el mercado internacional
- Los clientes
- Las infraestructuras.

Clasifique y explique cada uno de los anteriores factores como pertenecientes al **entorno específico o general**.

**Bloque C.** El modelo de negocio y de gestión. Elija **DOS** preguntas de las tres propuestas.

**C.1.** La empresa andaluza **ABENGOA**, especializada en soluciones de ingeniería y tecnología para la energía y el agua, está llevando a cabo un proceso de selección para incorporar nuevos ingenieros a su equipo de I+D. Dado el perfil altamente especializado que requiere la empresa, se están utilizando diferentes métodos de reclutamiento para atraer candidatos adecuados.

Explique cuatro formas diferentes de **reclutamiento** que **ABENGOA** podría utilizar en este proceso de selección para atraer a los mejores candidatos para el puesto de ingeniero en I+D, dada la singularidad de la empresa y el perfil de los candidatos.

**C.2.** **ZAPAND** es una empresa andaluza fabricante de calzado que va a lanzar un nuevo modelo de zapatillas de gran calidad, cómodas y de diseño elegante, destinadas a personas mayores que pasan mucho tiempo en casa o están en residencias de ancianos. Dada las características del producto, el precio de las zapatillas será elevado. Indique y explique tres **criterios de segmentación de mercados** que esta empresa podría usar en su plan de marketing.

**C.3.** En relación con las **acciones o variables de marketing**:

- a) Una empresa de reparto de comida a domicilio ha decidido lanzar una campaña en la que sus clientes podrán recibir 3 pedidos y abonar solo 2 si se hacen de martes a jueves durante los meses de febrero, abril, agosto y octubre del año en curso. Indique qué instrumento de marketing está empleando esta empresa, justificando en qué consiste.
- b) El conocido fabricante de chocolate **NESTLÉ** decidió comercializar toda su amplia cartera de productos (chocolate, agua, helado, yogur, etc.) bajo la misma marca empresa. Señale qué estrategia de marca sigue y cite un beneficio que pueda tener para dicha empresa.



## PRUEBA DE ACCESO A LA UNIVERSIDAD Y PRUEBA DE ADMISIÓN

ANDALUCÍA, CEUTA, MELILLA y CENTROS en MARRUECOS  
CURSO 2024-2025

EMPRESA Y DISEÑO DE  
MODELOS DE NEGOCIO

### Bloque D. Herramientas para innovar en modelos de negocio y de gestión.

Elija **UNA** pregunta de las dos propuestas.

**D.1.** Una empresa quiere lanzar un nuevo modelo de teléfono móvil novedoso, cambiando su diseño anterior de forma sustancial. Ante la importancia de la decisión, ha creado maquetas del nuevo modelo que se han enviado a todos los centros de ventas de telefonía, con el objetivo de observar la reacción de los potenciales clientes. El modelo se expone de forma bastante visible en las tiendas y los empleados toman notas de las reacciones que reciben de los clientes.

Explique qué **técnica** está utilizando la empresa **para conocer la reacción del consumidor** ante su producto.

**D.2.** Durante un evento de *networking* empresarial en Sevilla, un emprendedor se dirige a un inversor y le presenta la siguiente idea de negocio:

*"Hola, me llamo Marta y soy la fundadora de GreenPack, una startup andaluza que fabrica envases biodegradables para el sector alimentario. Cada año, miles de toneladas de plástico terminan contaminando nuestro medio ambiente, y en GreenPack ofrecemos una alternativa sostenible que se descompone en menos de 90 días. En solo dos años, hemos conseguido que 20 empresas del sector de la alimentación confíen en nosotros y reducimos más de 15 toneladas de residuos plásticos. Nuestro objetivo ahora es crecer y expandirnos a nivel nacional, y estamos buscando aliados que quieran formar parte de esta revolución sostenible. ¿Podríamos concretar una reunión para hablar más sobre cómo podemos colaborar?"*

- ¿Qué **técnica de presentación** está utilizando Marta para captar la atención del inversor?
- ¿Por qué es una herramienta útil?

### Bloque E. Estrategia empresarial y métodos de análisis de la realidad empresarial: estudio de casos y simulación. Elija **UNA** pregunta de las dos propuestas.

**E.1.** La empresa familiar *Dulces Artesanos S.A.*, especializada en productos de repostería, está considerando construir una nueva planta de producción para aumentar su capacidad de fabricación.

- Reflexione sobre la importancia del **Valor Actual Neto (VAN)** como criterio dinámico de valoración de inversiones. ¿Por qué este método ofrece una visión más completa que el criterio del *plazo de recuperación*?
- Explique una ventaja y un inconveniente de optar por la **autofinanciación** en lugar de recurrir a fuentes de financiación externa.

**E.2.** El director financiero de una empresa de tamaño medio con ciertos problemas de liquidez a corto plazo se encuentra con las siguientes circunstancias: por un lado, tiene facturas pendientes de cobro que vencen en los próximos seis meses; por otro lado, mañana llega un pedido de materias primas de su principal proveedor, que le da la opción de pronto pago con un descuento del 5% o bien le ofrece la opción de pagar dentro de seis meses. ¿Qué **decisiones en materia de financiación** podrían aliviar la situación de falta de liquidez de la empresa a corto plazo para cada una de las dos circunstancias señaladas?