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:

a) Duración: 1 hora y 30 minutos.

b) Todas las cuestiones deben responderse en el papel entregado para la realización del examen y nunca en los folios que contienen los enunciados.

c) 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:

a) 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.

b) 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

a) *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*.

b) 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.

a) Explique a esta joven qué es dicho *techo de cristal*.

b) 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**. Explíqueles 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?"

a) ¿Qué **técnica de presentación** está utilizando Marta para captar la atención del inversor?
b) ¿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.

a) 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*?
b) 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?

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:

a) Duración: 1 hora y 30 minutos.

b) Todas las cuestiones deben responderse en el papel entregado para la realización del examen y nunca en los folios que contienen los enunciados.

c) 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. Un grupo de emprendedoras gaditanas ha creado una empresa dedicada a la fabricación de bicicletas eléctricas. Uno de los componentes esenciales, las baterías, puede ser adquirido a una empresa proveedora externa a un precio unitario de 180 euros, o bien fabricado internamente en sus instalaciones, lo cual supondría un coste fijo anual de 250.000 euros y un coste variable unitario de 75 euros por batería. Se pide:

a) Si las previsiones de producción y venta para el próximo año son de 3.000 bicicletas, ¿qué opción resulta más rentable para la empresa: adquirir a la empresa proveedora las baterías o fabricarlas internamente?

b) ¿A partir de qué nivel de producción anual le convendría a la empresa fabricar las baterías en lugar de adquirirlas a la empresa proveedora?

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

PROBLEMA 2. La empresa alimentaria *ESBICASA* se plantea comprar una máquina que utiliza IA (Inteligencia Artificial) para optimizar los procesos de producción, mejorar la calidad de los productos y predecir el mantenimiento de los equipos. Esto supone un desembolso inicial de 180.000 euros. Esta inversión tiene una duración de dos años y se espera que genere unos flujos netos de caja de 96.000 euros el primer año y 112.000 euros el segundo. Además, se sabe que la máquina puede venderse al final del segundo año por un valor residual de 44.000 euros. La tasa de descuento aplicable a la inversión es del 7% anual. Teniendo en cuenta la información anterior, se pide:

a) Calcule el *Valor Actual Neto* (VAN) de la inversión y razone si sería aconsejable su realización.

b) Calcule el *Plazo de recuperación* o *payback* de la inversión y razone si sería aconsejable su realización.

SEGUNDA PARTE: PREGUNTAS COMPETENCIALES SOBRE LA TEORÍA

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

A.1. Desde su época de estudiante, José Juan siempre fue un apasionado de la tecnología. Estando trabajando en *IMPULSA 3* (una empresa andaluza de fabricación de *software*), se dio cuenta de que muchos usuarios mayores tenían dificultades para utilizar los dispositivos electrónicos. Ahora que ya ronda los 35 años, ha decidido dejar su cómodo empleo y fundar una *startup* (empresa de reciente creación, que se basa en las tecnologías de la información y la comunicación para comercializar sus productos o servicios). Esta *startup* se centrará en el desarrollo de aplicaciones y dispositivos fáciles de usar para personas mayores. A pesar de las críticas iniciales de sus familiares y amigos, José Juan está convencido de que su idea puede mejorar la calidad de vida de muchas personas.

a) ¿Qué **tipo de emprendedor** sería José Juan? Razone su respuesta.

b) Explique dos características propias de este tipo de emprendedores.

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. Una farmacia de Almería está instalando un sistema robótico que facilite y mejore la entrega de medicamentos.

a) ¿Puede considerarse este cambio una innovación? ¿Por qué?
b) En caso afirmativo, ¿qué **tipo de innovación** sería?

Bloque B. El entorno económico y social y su influencia en la actividad empresarial.
Elija **UNA** pregunta de las dos propuestas.

B.1. *Regalos Patricia*, empresa ubicada en Córdoba y especializada en regalos, tiene una plantilla de 12 trabajadores, lleva más de diez años en el mercado y tiene una situación de negocio asentada, con un volumen de ventas de 2,5 millones de euros y un buen nivel de beneficios. Señale, de manera razonada, cuáles de los siguientes aspectos se consideran una **ventaja empresarial** o no, según el tamaño y datos de la empresa:

a) Flexibilidad para adaptarse con rapidez a los cambios.
b) Posibilidad de trabajar con costes unitarios menores por el aprovechamiento de economías de escala.
c) Cercanía a los clientes y conocimiento de los mismos.
d) Acceso a fuentes de financiación externas con intereses competitivos.
e) Poder de negociación con proveedores.

B.2. La empresa andaluza *COSENTINO*, con sede en Almería, es reconocida internacionalmente por la fabricación de superficies innovadoras para arquitectura y diseño, como *Silestone* y *Dekton*. En los últimos años, *COSENTINO* ha ampliado su presencia global en países como Estados Unidos, Brasil y Japón mediante la firma de acuerdos estratégicos con empresas distribuidoras locales para consolidar su mercado. Además, la compañía ha adquirido varias empresas distribuidoras en mercados clave, fortaleciendo su control sobre la cadena de distribución y aumentando su capacidad para atender a clientelas internacionales. ¿Podría especificar qué **tipo de crecimiento** ha llevado a cabo la empresa y de qué dos formas concretas lo ha hecho?

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

C.1. Los directores de fabricación y financiero de una empresa que produce motores para barcos están analizando la producción de la misma. Mientras que el director de fabricación habla de lograr más ***eficiencia técnica***, el director financiero utiliza el término ***eficiencia económica***.

¿Están hablando el mismo lenguaje o, por el contrario, se refieren a conceptos diferentes?

C.2. *GrodiTech* es una empresa almeriense que nació en 2022 con el objetivo de ofrecer soluciones innovadoras que mejoren la eficiencia y la productividad del cultivo en invernadero. Comercializa un robot autónomo que se desplaza sobre el cultivo, equipado con sensores y cámaras que toman imágenes de alta resolución. El robot se combina con los softwares *Grodi Osiris* y *Sirona*, que procesan las imágenes con IA (Inteligencia Artificial) y se integran con una aplicación móvil que permite acceder a una recreación de los invernaderos, facilitando la monitorización y toma de decisiones de forma sencilla y visual. Así se optimizan recursos como agua, insumos, suelo y energía, y se mitigan las plagas garantizando la seguridad alimentaria.

Explique de qué manera el uso del robot de la empresa *GrodiTech* puede ayudar a los agricultores a incrementar la **productividad** de sus cultivos.

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

C.3. Jorge, especialista en marketing, acaba de llegar a su nuevo trabajo en una empresa de reciente creación con mercado en Andalucía, dedicada a servicios de telefonía móvil. La primera tarea que le han pedido sus jefes es diseñar una estrategia de **segmentación de** su **mercado**. Explique lo que implica hacer una segmentación en el mercado en el caso de servicios de telefonía móvil, y explique, de forma clara y argumentada, dos posibles criterios de segmentación que podría aplicar.

Bloque D. Herramientas para innovar en modelos de negocio y de gestión.
Elija **UNA** pregunta de las dos propuestas.

D.1. Una conocida plataforma digital de contenidos multimedia ofrece sus servicios de forma gratuita a sus clientes, aunque cobra a los clientes si quieren disfrutar de mejores servicios o servicios extra.

a) ¿Qué **patrón de negocio** está utilizando esta plataforma?
b) ¿Dónde está el negocio de esta empresa si el producto es ofrecido inicialmente de forma gratuita?

D.2. Álvaro Rodríguez y Amaro de la Calle son dos jóvenes emprendedores de Jerez de la Frontera creadores de la marca *Gloria Vendimia*. El proyecto surge a finales de 2018 como comercio online de camisetas y sudaderas con mensajes creativos, con doble sentido y muy andaluces. La apertura de un local en pleno centro de la ciudad llegó cuatro años más tarde. Un éxito cuya clave está "en la creatividad". La popular serie '*Stranger things*' se traduce en '*Colgaeras raras*', la mítica serie '*Friends*' pasa a llamarse en sus camisetas '*Compares*'; también se venden mucho la de '*Papas aliñás*' con la tipografía de '*Pepe Jeans*', '*No me enfado pero me da coraje*' o '*Mencanta Jeré*'.

Explique en qué medida ha podido ser importante para estos jóvenes emprendedores el pensamiento lateral o divergente en el **lanzamiento de** su **marca**.

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

E.1. Una empresa pequeña necesita recursos financieros a largo plazo para adquirir maquinaria destinada a ampliar su actual capacidad productiva, que es muy reducida, pero no desea ampliar capital social ni usar sus reservas. ¿Qué dos **fuentes financieras externas** le aconsejaría usted teniendo en cuenta el tamaño de la empresa? Describa cada una de ellas de forma resumida y completa.

E.2. Identifique a qué estado contable de las **cuentas anuales** se refiere cada apartado:

1. Este estado detalla de forma específica todos los ingresos y gastos de la empresa durante un periodo contable determinado.
2. Este estado muestra los movimientos de efectivo de la empresa, es decir, de dónde ha obtenido dinero y en qué se ha gastado.
3. Este estado detalla las variaciones que ha experimentado el patrimonio neto de la empresa a lo largo del ejercicio.
4. Muestra los activos (bienes, derechos de cobro), los pasivos (obligaciones) y el patrimonio neto.
5. Explica de forma detallada la información contenida en los otros estados contables. Además, incluye aspectos como la política contable seguida, los hechos relevantes ocurridos durante el ejercicio y otra información adicional que pueda ser de interés para los usuarios de las cuentas anuales.

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:

a) Duración: 1 hora y 30 minutos.

b) Todas las cuestiones deben responderse en el papel entregado para la realización del examen y nunca en los folios que contienen los enunciados.

c) 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. La empresa *Castro S.A.* fabrica galletas sin gluten, que se venden en cajas de 24 unidades y 10 unidades. Su producción anual en 2024 ha sido de 22.800 cajas de 24 unidades y 53.500 cajas de 10 unidades, que se han vendido en su totalidad, a un precio de 12 euros la caja de 24 unidades y 5 euros la caja de 10 unidades. La empresa cuenta con una plantilla de 15 personas, con una jornada de 1.400 horas al año por persona. El coste de cada hora de trabajo es de 12 euros. Se sabe, además, que el consumo de materia prima fue de 3.800 kilogramos, que se pagaron a un precio de 7 euros el kilogramo. Teniendo en cuenta esta información:

a) Calcule la *productividad global* de la empresa e interprete su resultado.
b) Determine la *tasa de variación de la productividad* sabiendo que la productividad global de la empresa en el año anterior, calculada a precios constantes, fue de 1,55 y comente el resultado obtenido.

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

PROBLEMA 2. Una empresa presenta la siguiente información relativa a su balance (cifras en euros):

Reservas estatutarias	12.000	Créditos a corto plazo	15.500
Acreedores, efectos comerciales a pagar	45.000	Mobiliario	8.000
Deudores	9.500	Caja, euros	5.000
Efectos a pagar a largo plazo	52.000	Propiedad Industrial	¿...?
Productos terminados	48.000	Proveedores	18.000
Maquinaria	120.000	Proveedores de Inmovilizado a largo plazo	20.000
Capital Social	120.000	Clientes, efectos comerciales a cobrar	9.000
Elementos de transporte	80.000	Proveedores de inmovilizado corto plazo	46.000

Se pide:

a) Ordene las cuentas anteriores según el modelo de Balance de situación del P.G.C., calculando la cifra de *Propiedad Industrial*.
b) Calcule y comente el *Fondo de Maniobra*.

SEGUNDA PARTE: PREGUNTAS COMPETENCIALES SOBRE LA TEORÍA

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

A.1. La Sra. García ha comprado acciones, valoradas en 2.500 euros, de una empresa ya existente. ¿Significa esto que ahora es una emprendedora? ¿Y una empresaria? ¿Qué otra figura puede ser la Sra. García? Explique su respuesta utilizando los conceptos de **emprendedora y empresaria**.

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. En el mundo empresarial existe la convicción de que sin una innovación continua no hay futuro; por ello, las empresas buscan en todo momento una mejora innovadora. Sobre la base que ha estudiado, indique con qué **tipo de innovación empresarial** se corresponde cada uno de los casos que se enuncian:

a) Un fabricante de camiones ha introducido en sus vehículos un sistema de aparcamiento asistido.
b) Un famoso bar de tapas ha implantado una APP que permite la venta a través de Internet.
c) Un experto programador informático ha diseñado un sistema que permite confeccionar de forma rápida el horario de clase de las diferentes materias en un centro educativo.

Bloque B. El entorno económico y social y su influencia en la actividad empresarial. Elija **UNA** pregunta de las dos propuestas.

B.1. Marina y Javier son dos jóvenes de Jaén que han desarrollado un proyecto revolucionario en el ámbito de la agricultura de precisión. Su idea consiste en diseñar drones equipados con sensores que monitorizan el estado de los cultivos en tiempo real. Para expandirse necesitan una gran inversión inicial de 1 millón de euros, ya que deben adquirir equipos avanzados, desarrollar *software* y financiar campañas de marketing a nivel nacional e internacional. Marina y Javier quieren atraer múltiples socios capitalistas. Además, esperan que en el futuro otros inversores puedan unirse fácilmente al proyecto para continuar creciendo.

a) ¿Qué **tipo de empresa** considera usted más adecuada para el caso de Marina y Javier? Justifique su respuesta basándose en los datos del texto.
b) Indique el número mínimo de socios, el capital social mínimo y el tipo de responsabilidad social para este tipo de empresa.

B.2. Dos jóvenes almerienses están estudiando la posibilidad de crear una pequeña empresa dedicada a hacer excursiones en motos acuáticas y lanchas por el Cabo de Gata, pero ignoran los conocimientos más básicos sobre lo que es una empresa. ¿Podría usted ayudarles en su planteamiento inicial, explicándoles brevemente cuáles son los **elementos fundamentales** que integran cualquier **empresa** para que la misma pueda cumplir sus objetivos y desarrollar su función?

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

C.1. La empresa *MIGASA* se encuentra en un punto de inflexión. Con la creciente demanda mundial de aceite de oliva virgen extra y los desafíos impuestos por el cambio climático, esta compañía debe tomar decisiones para mantener su liderazgo. La situación actual presenta las siguientes características:

- Aumento de la demanda mundial de aceite de oliva virgen extra.
- Sequía prolongada en Andalucía, que afecta a la producción.
- Competencia de otros aceites vegetales.
- Amplia experiencia y conocimiento del sector.
- Reconocimiento a nivel internacional.
- Envejecimiento del olivar, con olivos centenarios y dificultad para la mecanización.
- Subidas en el precio de los factores de producción.
- Nuevas normativas europeas más exigentes sobre etiquetado y sostenibilidad.

Se pide elaborar la **matriz DAFO** a partir de la información facilitada.

C.2. Usted dirige el departamento de recursos humanos de una empresa de seguridad y vigilancia y necesita ampliar su plantilla. ¿Dónde puede acudir para reclutar al nuevo personal? Explique brevemente cuatro **fuentes** posibles **de reclutamiento**.

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

C.3. Rosa, jefa del departamento de producción de una empresa que fabrica mamparas de baño, tiene una visión bastante negativa de su personal empleado. En este sentido, justifique las siguientes cuestiones:

a) ¿Cómo encaja ese punto de vista con la **teoría de McGregor**?
b) ¿Qué tipo de liderazgo impondrá y qué implicaciones tendría adoptar una visión contraria a la que Rosa percibe?

Bloque D. Herramientas para innovar en modelos de negocio y de gestión.
Elija **UNA** pregunta de las dos propuestas.

D.1. Una empresa se dedica a la fabricación de mobiliario de jardín utilizando plástico reciclado. Aunque sus productos son ligeramente más caros que los de la competencia, la empresa ha tenido una buena aceptación en el mercado, sobre todo a raíz de una campaña de marketing donde se contaba la historia real de su fundador que, abrumado por la acumulación de desechos plásticos, decidió apostar por la ecología y la sostenibilidad del planeta.

a) ¿Qué nombre recibe esta **técnica narrativa**?
b) ¿A qué se debe el éxito de la misma?

D.2. Un grupo de emprendedores está buscando ideas para lanzar un nuevo producto en el sector de la confitura de frutas. Para ello, deciden aplicar dos **técnicas de generación de nuevas ideas**: 1º) reunir a un grupo de personas consumidoras del producto, así como a otro grupo formado por personal de la empresa, y pedirles a todos que propongan libremente ideas constructivas durante un tiempo limitado. 2ª) Utilizar otra técnica en la que mejoran productos existentes respondiendo a preguntas específicas, como "¿Qué se puede cambiar o modificar?" y "¿Qué podemos eliminar?".
Indique las dos técnicas de generación de ideas que están utilizando los emprendedores y justifique cómo contribuye cada una a la creación de nuevas ideas de negocio.

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. *Macorina Espacio Gastronómico*, de Cazorla (Jaén), abrió en 2018 fomentando el uso de las materias primas ecológicas y el aceite de oliva virgen extra de la provincia de Jaén.
Enumere y explique dos formas mediante las cuales la empresa *Macorina* podría **financiar a corto plazo** la compra de las materias primas necesarias para llevar a cabo su actividad.

E.2. *TEL-AND* es una empresa de telefonía que quiere ampliar su actividad comercial a dos áreas geográficas que presentan distintas peculiaridades. En la primera sólo existe una empresa que ofrece el mismo producto que *TEL-AND*, mientras que en la segunda existen gran cantidad de empresas que ofertan el mismo producto, pero con matices que lo diferencian. Razone las siguientes preguntas:

a) ¿Qué **tipo de mercado** existe actualmente en cada zona geográfica?
b) ¿En qué tipo de mercado se convertiría la primera área si entrasen en ella *TEL-AND* y dos empresas más?

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:

a) Duración: 1 hora y 30 minutos.

b) Todas las cuestiones deben responderse en el papel entregado para la realización del examen y nunca en los folios que contienen los enunciados.

c) 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. La empresa *TelNature*, fabricante de teléfonos móviles de bajo coste, tiene una producción de 250.000 unidades al año. Los costes fijos de la empresa son 450.000 euros y sus costes variables unitarios son 55 euros. El teléfono se vende a 135 euros.

a) Calcule el punto muerto o umbral de rentabilidad. Comente el resultado.
b) Si la empresa se plantea como objetivo alcanzar un beneficio de 6.000.000 de euros, ¿qué precio de venta deberá fijar la empresa para su teléfono móvil?

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

PROBLEMA 2. Una joven emprendedora ha decidido poner en marcha una empresa de turismo rural en un pequeño pueblo de la Sierra de Cádiz. Los datos correspondientes al primer año económico de funcionamiento son los siguientes:

- Ingresos por alojamiento: 189.000 euros
- Costes variables: 94.500 euros
- Coste fijo anual: 60.000 euros
- Impuesto de sociedades: 25%
- Patrimonio neto inicial: 120.000 euros
- Activo total: 200.000 euros
- Intereses anuales: 8.000 euros

Se pide:

a) Calcule la rentabilidad económica y la rentabilidad financiera del primer año.
b) Comente los resultados obtenidos.

SEGUNDA PARTE: PREGUNTAS COMPETENCIALES SOBRE LA TEORÍA

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

A.1. La empresa andaluza *La Oliva*, reconocida por su tradición en la producción de aceite de oliva, ha desarrollado recientemente un nuevo producto denominado "Aceite de Oliva en Spray". Este producto está diseñado para facilitar su uso en cocina, reduciendo la cantidad utilizada y mejorando la experiencia del consumidor. Además, *La Oliva* ha implementado un sistema de producción sostenible en sus fábricas, optimizando el uso del agua y la energía para reducir su impacto medioambiental. Paralelamente, la empresa ha mejorado su estrategia comercial mediante una aplicación móvil que permite a su clientela recibir consejos de cocina, recetas y localizar puntos de venta cercanos de sus productos.
Identifique los tres **tipos de innovación** en función del área de mejora que *La Oliva* ha llevado a cabo y justifique tu respuesta.

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. *Eco-Ciclying* es una pequeña empresa dedicada a la venta y alquiler de bicicletas eléctricas situada en el centro de la ciudad. Cuenta con una plantilla de cuatro personas y está firmemente convencida de que cumple en su desempeño con la **Responsabilidad Social Corporativa** (RSC). La empresa ha llevado a cabo las siguientes acciones en los últimos años:

a) La empresa cumple escrupulosamente toda la legislación aplicable en cuanto al reciclado de residuos derivados de las bicicletas desechadas.
b) *Eco-Ciclying* ofrece descuentos para su plantilla en tiendas ecológicas del barrio.
c) Parte de las ganancias de la empresa se dedican a proyectos de ONGs locales encaminadas a la reducción de la pobreza en la ciudad.
d) *Eco-Ciclying* respeta los derechos laborales de su plantilla y cumple los estándares en materia de riesgos laborales.

Identifique cuáles de estas acciones pueden considerarse RSC y cuáles no, explicando por qué.

Bloque B. El entorno económico y social y su influencia en la actividad empresarial.
Elija **UNA** pregunta de las dos propuestas.

B.1. La empresa *SEVIPATIN S.A.* es una empresa comercializadora de monopatines y tiene un gran arraigo en la ciudad de Sevilla. Su trayectoria se ha caracterizado por grandes logros gracias a su acertada estrategia de crecimiento y desarrollo, impulsada también por la apuesta decidida de la administración pública por el uso del monopatín como "vehículo" de desplazamiento por la ciudad a través de una amplia red de carriles. Recientemente *SEVIPATIN* ha firmado un acuerdo con la empresa francesa *PATINET* que comercializará este producto en París.

a) ¿Qué **tipo de crecimiento** está realizando *SEVIPATIN* y cómo se denomina?
b) Explique en qué consiste la principal ventaja obtenida por cada una de las dos empresas.

B.2. La empresa *El Glorioso S.L.* se dedica a la distribución de camisetas del Real Betis Balompié, por toda España. Esta empresa, propiedad de David Gómez, cuenta con 20 trabajadores y ha tenido una facturación de 5 millones de euros en el último año. **Clasifique esta empresa** según los siguientes criterios: propiedad, actividad, ámbito de actuación, forma jurídica y tamaño.

Bloque C. El modelo de negocio y de gestión. Elija **DOS** pregunta de las dos propuestas.

C.1. Un grupo de jóvenes emprendedores tienen idea de lanzar una *APP* cuyo objetivo sería ayudar de forma individualizada a personas fumadoras a dejar de serlo, en base a sus características personales. Esta aplicación requiere de una importante inversión, tanto en el desarrollo de la misma como en su promoción. Ante las dificultades para conseguir financiación y el importante riesgo que conlleva, se les sugiere utilizar la metodología ***lean startup***. Explique brevemente cómo esta metodología podría ayudar a estos emprendedores a conseguir sus objetivos y qué pasos podrían seguir.

C.2. La **motivación del personal** de una empresa es fundamental para una buena productividad en la empresa. Cite dos incentivos económicos o monetarios y otros dos de tipo no económico que la empresa puede ofrecer para mejorar la motivación de su plantilla.

C.3. Una empresa fabrica relojes y los vende siguiendo dos estrategias diferenciadas. Los relojes de alto precio y calidad los vende en uno o muy pocos establecimientos de cada ciudad. Sin embargo, los relojes de calidad y precio muy inferior, asequibles para todos los bolsillos, los vende bajo otra marca, ofertándolos en todo tipo de comercios en cada zona geográfica. Indique qué tipo de **estrategia de distribución** ha elegido en cada caso y por qué ha realizado esa elección.

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. Dos jóvenes graduadas en informática han desarrollado una *APP* para ayudar a controlar el estrés y relajarse, enfocada especialmente hacia el estudiantado en época de exámenes. Quieren ponerla en el mercado gratuitamente, si bien, como es lógico, desean también obtener beneficios con su explotación.

a) ¿Qué nombre recibe el **modelo de negocio** que desean aplicar?
b) ¿Cómo pueden obtener beneficios? Explique dos modos de hacerlo.

D.2. La empresa de turismo rural *Andalucía Verde* ofrece experiencias únicas en contacto con la naturaleza, destacando rutas de senderismo guiadas y alojamientos ecológicos. Actualmente, la empresa se promociona principalmente a través de su página web y redes sociales, y vende sus servicios directamente a su clientela. También están considerando cobrar una comisión por cada venta realizada a través de otras plataformas.
Identifique los siguientes tres bloques clave del **modelo Canvas** de esta empresa: propuesta de valor, segmento de clientes y canales de distribución.

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. Una empresa andaluza dedicada a la fabricación y venta de robots de cocina quiere expandirse más allá del mercado nacional. Para ello necesitará una fuerte inversión: maquinaria, elementos de trasporte, gastos de personal, gastos diversos de gran cuantía, etc. Esta empresa ha sido capaz de generar reservas en los últimos años como consecuencia de su buen desempeño, cantidades que no han sido repartidas como dividendos entre sus socios. Explique tres posibles **fuentes de financiación** que podrían ajustarse a las necesidades de esta empresa, razonando sus ventajas e inconvenientes.

E.2. Un blog financiero comenta que muchas PYMES en España han tenido que hacer frente a desequilibrios financieros debido al aumento de los tipos de interés y las dificultades para acceder a financiación. Un ejemplo destacado es una pequeña empresa de manufactura que ha tenido que reducir su producción porque las empresas proveedoras exigen pagos más rápidos, lo que afecta a su tesorería y fondo de maniobra.

a) ¿Qué consecuencias puede tener un **fondo de maniobra** negativo en la viabilidad de una empresa como esta pequeña empresa?
b) ¿Qué dos estrategias recomendaría a esta empresa para afrontar sus **desequilibrios patrimoniales**?