



PRUEBA DE ACCESO A LA UNIVERSIDAD Y PRUEBA DE ADMISIÓN

ANDALUCÍA, CEUTA, MELILLA y CENTROS en MARRUECOS
CURSO 2025-2026

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.

Lola y Carmen tras graduarse en psicología decidieron abrir un gabinete orientado a la asistencia psicológica infantil. El gabinete está en funcionamiento durante 40 semanas al año. El primer año atendieron a 25 pacientes a la semana, trabajando cada una de ellas 5 horas al día, 4 días a la semana. El precio medio del servicio psicológico fue de 40 €/paciente y se va a mantener constante en los primeros años de funcionamiento, al igual que su salario, que fijaron en 20 €/hora, y su tiempo de dedicación semanal. Para poder atender el aumento esperado de demanda del 35% se están planteando contratar a un psicólogo 5 horas a la semana, pagándole lo mismo que ellas cobran por hora.

Se pide:

- a) La **productividad global** del gabinete el primer año de funcionamiento.
- b) La **productividad global** del gabinete el segundo año, tras la contratación del psicólogo.
- c) La **tasa de variación de la productividad**, justificando si les interesa o no contratar el psicólogo.

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

PROBLEMA 2.

La empresa *Bio-Food Andalucía S.L.*, ubicada en un municipio andaluz, produce alimentos ecológicos típicos de la región (mermeladas, aceites y conservas) que se venden en mercados locales, tiendas especializadas y ferias de productos andaluces. La dirección quiere evaluar la **rentabilidad** de su empresa en el último ejercicio, antes de decidir si ampliar la producción y la distribución en la región. Los datos del ejercicio son los siguientes: las ventas anuales fueron de 150.000 € y los gastos de explotación fueron de 110.000 €. Se sabe que el activo total es de 200.000 € y que está financiado con recursos propios por 120.000 € y por recursos ajenos con 80.000 €. El tipo medio de interés de la deuda es del 5 % anual y el tipo impositivo del 25 %.

- a) Calcule la **rentabilidad económica** de la empresa e interprete el resultado.
- b) Calcule la **rentabilidad financiera** e interprete el resultado.

SEGUNDA PARTE: PREGUNTAS COMPETENCIALES SOBRE LA TEORÍA

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

A.1 Mercadona, S.A. ha implementado **acciones** como descargas silenciosas nocturnas, donaciones a bancos de alimentos y *ONGs*, así como empleo estable y políticas de conciliación. ¿Cómo le puede **beneficiar** adoptar estas iniciativas a pesar del esfuerzo económico y organizativo que le supone? ¿Cómo se conocen estas actuaciones dentro de una empresa?



PRUEBA DE ACCESO A LA UNIVERSIDAD Y PRUEBA DE ADMISIÓN

ANDALUCÍA, CEUTA, MELILLA y CENTROS en MARRUECOS
CURSO 2025-2026

EMPRESA Y DISEÑO DE
MODELOS DE NEGOCIO

A.2. Amaia Rodríguez, CEO de *Gravity Wave* y reconocida por *Forbes* como una de las emprendedoras más influyentes de España, dirige un proyecto que retira millones de kilos de plástico del Mediterráneo y los convierte en materiales sostenibles para construcción, hostelería y náutica. Con su trabajo promueve la economía circular, la innovación en un entorno tradicionalmente masculino e inspira a nuevas generaciones a emprender.

- Indique el tipo o **perfil de persona emprendedora** que es Amaia Rodríguez. Justifique su respuesta basándose en los datos del texto.
- Enumere tres **dificultades** debido a su género a las que se enfrentan **las emprendedoras**, más aún en este tipo de entorno tradicionalmente masculino.

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

B.1. Ángela dirige la empresa *Jabones del Sur*. La empresa cuenta con 12 trabajadores y es propiedad exclusiva de Ángela y de su hermana. Para la elaboración de los jabones utilizan procesos manuales, con poca maquinaria, pues tienen dificultades para acceder a grandes préstamos bancarios. Aunque tienen una línea básica, su principal fuente de ingresos es la fabricación de pequeños lotes personalizados bajo pedido para casas rurales, bodas y eventos de la zona. Diseñan una fórmula de jabón y un etiquetado único para cada cliente, aceptando pedidos de tan solo 50 unidades, algo que las grandes fábricas rechazan por ser logísticamente imposible de gestionar.

¿Considera que la empresa *Jabones del Sur* es una **Pyme**? Justifique su respuesta basándose en lo expuesto en el texto.

B.2. Tres compañeros de universidad han desarrollado una app de gestión financiera. Necesitan constituir la sociedad formalmente. Tienen poco capital inicial (3.500 € en total) y quieren proteger su patrimonio personal en caso de que el negocio vaya mal y acumule deudas.

- Proponga la **forma jurídica** más adecuada para este caso (S.L. o S.A.) y justifique su elección basándose en el **capital mínimo** exigido y el tipo de **responsabilidad** de los socios.
- Si en el futuro la empresa crece mucho y necesitan captar grandes cantidades de capital de muchos pequeños inversores en bolsa, ¿qué transformación societaria deberían realizar?

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

C.1. Lucía quiere montar una marisquería online. Antes de invertir dinero en naves o stock, ha creado una página web muy sencilla, en apenas 2 horas, donde solo aparece una foto del producto y un botón de “Iniciar compra” para contabilizar cuánta gente hace clic.

- ¿Cómo se denomina en la **metodología lean startup** a esta primera versión básica del producto? Explíquela brevemente.
- Indique cuál es el **objetivo principal** que persigue Lucía con esta actuación.

C.2. Una marca tradicional de embutidos observa que sus ventas caen entre el público joven. Para revertirlo, lanza una nueva línea de hamburguesas de proteína vegetal con envases 100 % reciclable y decide venderlas inicialmente solo en tiendas especializadas y gimnasios a un precio superior al de la carne convencional, utilizando únicamente redes sociales para sus promociones. Identifique y justifique las variables del **marketing-mix** que se describen en esta estrategia.

C.3. Ana es la dueña de una pequeña empresa que diseña, fabrica e instala muebles a medida. Ha oído hablar en muchas ocasiones de la calidad, pero como su empresa es una pyme, ella considera que no es necesario prestarle mucha atención. Explíqueme qué se entiende por **calidad** en el ámbito empresarial y dos motivos por los que su gestión es importante para una pyme como la suya.



PRUEBA DE ACCESO A LA UNIVERSIDAD Y PRUEBA DE ADMISIÓN

ANDALUCÍA, CEUTA, MELILLA y CENTROS en MARRUECOS
CURSO 2025-2026

**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. Un grupo de jóvenes emprendedores quiere crear una aplicación que permita a jóvenes estudiantes mejorar su organización de estudio, minimizando su estrés y disminuyendo su ansiedad. Antes de realizar una inversión a mayor escala, deciden probarla con estudiantes del instituto donde estudiaron, recogiendo opiniones y analizando las reacciones del alumnado a su producto. ¿Qué **técnica** están utilizando para conocer la reacción de sus futuros clientes? ¿En qué consiste?

D.2. Un emprendedor onubense presenta su **proyecto** de aceite de oliva virgen extra ante inversores, en el que destacan las siguientes frases:

1. ¿Sabían que el 80% del aceite de oliva se vende a granel sin contar su origen?
2. En nuestra empresa unimos aceite de oliva virgen extra con realidad aumentada para contar leyendas locales en cada botella.
3. Buscamos 20.000 € para marketing a cambio del 5 % de beneficio.
4. Soy socio del Recreativo de Huelva desde pequeño.
 - a) ¿Cómo se llama esta **técnica de presentación verbal** breve y persuasiva? Explíquela.
 - b) Asocie las frases del texto con la **función** que realizan en el discurso de este emprendedor.

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 *Ginesa* tiene una carnicería en Linares y necesita comprar cámaras de refrigeración y congelación para el almacenamiento seguro de la carne cruda, manteniendo la cadena de frío y cumpliendo con las normativas sanitarias. Necesita 20.000 € y como no tiene liquidez para **financiar la inversión**, se plantea tres alternativas: suscribir un empréstito, pedir un préstamo a largo plazo o una póliza de crédito. ¿Cuál es la **mejor opción**? Razone su respuesta.

E.2. Una empresa está dudando entre dos proyectos de inversión y solo dispone de recursos para elegir uno. Ambos proyectos tienen el mismo desembolso inicial, pero mientras que uno recupera la inversión más rápido, el otro ofrece un valor actualizado neto mayor. Explique qué **criterio** debería priorizar la empresa para tomar la decisión, qué **información** aporta cada método (**pay-back** y **VAN**) y qué **riesgo** asumiría la empresa si eligiera el proyecto con menor plazo de recuperación.