

	Pruebas de Acceso a la Universidad <b>Castilla y León</b>	<b>EMPRESA Y DISEÑO DE  MODELOS DE NEGOCIO</b>	<b>EXAMEN</b>  Nº páginas: 4
---	--	--	------------------------------------

**EL EXAMEN CONSTA DE LAS SIGUIENTES PARTES:**

**TEST:** Se deberán contestar 8 de las 12 preguntas tipo test propuestas. El estudiante escogerá libremente las 8 preguntas tipo test, que deberán estar perfectamente identificadas para que no haya errores. Importante: las soluciones al test deben figurar en las hojas en blanco, al igual que el resto del examen, y no en la hoja del enunciado.

**PROBLEMAS:** Se deberán realizar dos ejercicios, uno correspondiente al problema 1 y otro al problema 2. Se deberá identificar claramente qué ejercicio se ha escogido y resuelto en cada problema.

- PROBLEMA 1: a elegir entre EJERCICIO 1A o EJERCICIO 1B.
- PROBLEMA 2: a elegir entre EJERCICIO 2A o EJERCICIO 2B.

**DEFINICIONES:** Se deberán escoger 4 términos de los 6 planteados.

**PREGUNTA TEÓRICA:** Se deberá elegir y contestar 1 de las 2 preguntas propuestas.

**LECTURA ECONÓMICA COMPRENSIVA**

**IMPORTANTE:** indíquese con claridad la selección de las preguntas elegidas en cada parte del examen. En caso de realizar más preguntas que las indicadas en cada parte solamente se corregirán las primeras que aparezcan en las soluciones.

**RESUELVA EL TEST EN LAS HOJAS EN BLANCO QUE SE LE FACILITAN PARA ESCRIBIR LAS RESPUESTAS Y NO EN LAS HOJAS DE PLANTEAMIENTO DEL EXAMEN.**

**CRITERIOS DE CORRECCIÓN (entre paréntesis se indica la puntuación máxima de cada parte):**

**TEST (3 puntos):** El test se valorará del siguiente modo:

- Cada pregunta acertada añade un punto.
- Cada pregunta no acertada resta 0,5 puntos.
- Las preguntas en blanco no puntúan.

La suma total se dividirá entre 8 y se multiplicará por 3, dando como resultado la nota del test, cuya puntuación máxima es 3 puntos. En caso de que dicha nota sea negativa la puntuación final será cero.

**PROBLEMAS (4 puntos):** Cada problema se valorará con dos (2) puntos como máximo.

**DEFINICIONES (1 punto):** Cada una de las cuatro definiciones a realizar se valorará con 0,25 puntos máximo.

**PREGUNTA TEÓRICA (1 punto):** Se valorará sobre un punto (1) máximo.

**LECTURA ECONÓMICA COMPRENSIVA (1 punto):** Se valorará sobre un punto (1) máximo.

**CALCULADORA:** No se permiten calculadoras programables ni financieras.

**EXAMEN**

**PREGUNTAS DE TEST:** Contestar a 8 preguntas test de entre las 12 propuestas. Recuerde que las preguntas y las respuestas deben estar perfectamente identificadas y contestadas en las hojas en blanco, al igual que el resto del examen, y no en la hoja del enunciado.

1. Una empresa que se dedica exclusivamente a la extracción de mineral de carbón en Palencia pertenece al:
  - a. Sector Secundario.
  - b. Sector Terciario.
  - c. Sector Primario.
  
2. Cuando una empresa castellanoleonesa aumenta su inversión en inmovilizado para hacer frente al aumento de la demanda de sus productos en Francia, está llevando a cabo una estrategia de:
  - a. Crecimiento interno.
  - b. Crecimiento externo.
  - c. Desarrollo de producto.
  
3. La empresa que posee el Ayuntamiento de Burgos junto con otros 3 socios privados para gestionar los residuos es:
  - a. Pública.
  - b. Privada.
  - c. Mixta.

4. Se consideran fuerzas competitivas del sector:
  - a. El deporte de los competidores.
  - b. La salida del gerente.
  - c. Las amenazas de productos sustitutivos.
5. La harina, en una panadería, se considera:
  - a. Coste indirecto y variable.
  - b. Coste directo y variable.
  - c. Coste directo y fijo.
6. Según D. McGregor, y su teoría X e Y, a la hora de definir los estilos de liderazgo en una empresa, es fundamental:
  - a. El volumen de beneficios de la empresa.
  - b. Las características que puedan tener los subordinados.
  - c. El número de departamentos que haya en la empresa.
7. Si un empresario tuviera que convencer a un inversor para que aporte dinero en su proyecto de negocio y tuviese de poco tiempo para hacerlo, que técnica podría utilizar:
  - a. El pensamiento visual (*Visual Thinking*).
  - b. El discurso del ascensor (*Elevator Pitch*).
  - c. El lienzo de modelo de negocio (Modelo Canvas).
8. Una técnica para favorecer la creatividad consistente en comprender la realidad para solucionar un problema:
  - a. La técnica del cebo y el anzuelo.
  - b. La técnica de los 5 por qué.
  - c. La técnica de los 6 sombreros para pensar.
9. El acuerdo a través del cual se cede el derecho de a usar una marca o fórmula comercial de reconocido prestigio a cambio de pagos periódicos es:
  - a. Una fusión.
  - b. Una franquicia.
  - c. Una unión temporal de empresas (UTE).
10. En un modelo de negocio Canvas, las actividades clave:
  - a. Son las acciones imprescindibles para el buen funcionamiento del negocio.
  - b. Hacen referencia a los recursos necesarios para desarrollar con éxito un proyecto empresarial.
  - c. Tienen como objetivo establecer relaciones entre socios clave.
11. Un plan de negocio o plan de empresa tiene que incluir:
  - a. El producto mínimo viable.
  - b. Un discurso del ascensor o *Elevator Pitch*.
  - c. El plan económico-financiero.
12. El objetivo de hacer un producto mínimo viable (PMV) es:
  - a. Probar la hipótesis del negocio.
  - b. Satisfacer al público.
  - c. Obtener el máximo beneficio.

**PROBLEMAS:** Se deberán realizar dos ejercicios, uno correspondiente al problema 1 y otro al problema 2. Se deberá identificar claramente qué ejercicio se ha escogido y resuelto en cada problema.

**PROBLEMA 1:** a elegir entre EJERCICIO 1A o EJERCICIO 1B.

### EJERCICIO 1A

La Empresa VIOLEMIR SL ubicada en Ávila, presenta a principios de año existencias en su almacén del único producto que comercializa de 350 unidades, valoradas a 5 €/unidad. El 2 de febrero hace una compra de 200 unidades a 5.5 €/unidad, a los que hay que añadir 0.5 €/unidad en concepto de transporte y seguro. El 16 de marzo compra 150 unidades a 6,6 €/u, y finalmente vende 400 unidades el 21 de abril a 17 €/unidad.

SE PIDE:

Elaborar la ficha de almacén según el método del PMP o FIFO (una de las dos), calculando el valor final de las existencias y el beneficio obtenido con las ventas, identificando los ingresos y el coste de las ventas.

## EJERCICIO 1B

La empresa COMPUCYL quiere realizar un estudio sobre la productividad de sus trabajadores para lo que aporta los siguientes datos: Durante el año 2023 produjo 230.000 unidades, para lo que empleó a 12 trabajadores con una jornada cada uno de ellos de 1.690 horas anuales. En el año 2024 produjo 285.000 unidades con 4 trabajadores más y realizando la misma jornada.

SE PIDE:

Calcular la productividad del factor trabajo en función de horas de trabajo en los dos años y la tasa de variación de la productividad del 2023 al 2024 interpretando este último resultado y señalando si fue una buena decisión la de contratar a más trabajadores.

## PROBLEMA 2: a elegir entre EJERCICIO 2A o EJERCICIO 2B.

### EJERCICIO 2A

La empresa Aficionados Micólogos de Castilla y León (AFIMICYL) se dedica a organizar rutas micológicas por la Comunidad Autónoma, y presenta a fin del ejercicio 2024 los siguientes elementos patrimoniales, ordenados alfabéticamente (cifras expresadas en euros): Aplicaciones informáticas 3.100; Capital 35.000; Clientes 3.075; Deudas a corto plazo con entidades de crédito 2.100; Efectivo 4.300; Elementos de transporte 52.900; Mercaderías 900; Proveedores 820; Proveedores de inmovilizado a largo plazo 6.150; Reservas 3.000; Resultado del ejercicio ¿?

SE PIDE:

Colocar los elementos según la estructura del balance, calcular la cifra del resultado del ejercicio 2024 y el fondo de maniobra, realizando una interpretación sobre el estado de equilibrio de la empresa.

### EJERCICIO 2B

A continuación, figura el listado de ingresos y gastos de 2024 de una pequeña empresa ubicada en la maragatería leonesa. Los conceptos están ordenados alfabéticamente:

Amortización del inmovilizado material	6.000
Arrendamientos y cánones	10.800
Compras de mercaderías	4.100
Intereses de deudas	850
Otros gastos financieros	350
Otros ingresos financieros	310
Prestaciones de servicios	61.000
Publicidad, propaganda y relaciones públicas	2.500
Reparaciones y conservación	6.200
Sueldos y salarios	24.000
Suministros	2.400

SE PIDE:

Elaborar la cuenta de Pérdidas y Ganancias de la empresa distinguiendo el resultado de explotación y el financiero, y calcular el resultado del ejercicio, si se sabe que el tipo del Impuesto de Sociedades a aplicar es del 25%.

### **DEFINICIONES:** Escoger 4 términos de los 6 planteados.

Defina desde un punto de vista económico 4 de los siguientes 6 conceptos: capital social, nicho de mercado, organización informal, pensamiento visual o *visual thinking*, modelo de negocio *freemium*, *lean startup*.

### **PREGUNTA TEÓRICA:** Elegir y contestar 1 de las 2 preguntas siguientes.

Pregunta A: Clasifique de forma breve las empresas según su tamaño, sector económico, propiedad de su capital, ámbito de actuación y forma jurídica.

Pregunta B: Ciclo de vida del producto.

## **LECTURA ECONÓMICA COMPRENSIVA:**

CONTESTE A LA SIGUIENTE PREGUNTA:

- a. A partir del texto planteado comente cuáles son los motivos por los cuáles las grandes marcas están simplificando su cartera de productos.

### **Nestlé, Unilever o Danone simplifican su oferta en las tiendas en pleno auge de la marca blanca**

Los grandes grupos buscan reducir gastos concentrando su oferta en los productos de éxito

Javier García Roper, Cinco Días, 11/03/2023

Las grandes multinacionales alimentarias buscan fórmulas de todo tipo para rebajar su factura de costes, en un momento de alta inflación generalizada. Y una la han encontrado dentro de la propia gama de productos que ofrecen a los consumidores.

Empresas como Nestlé, Unilever o Danone están inmersas en respectivos procesos de optimización del número de referencias y marcas que llevan a los lineales de las tiendas, una labor que otros grupos como Mondelez o Coca-Cola también han acometido en los últimos meses.

Un ejemplo claro es el de Danone. Como publicó CincoDías, la compañía francesa reducirá a cinco marcas clave su estrategia de productos lácteos en España. Esto supondrá darle prioridad a la mitad de las enseñas con las que hasta ahora repartía su oferta, las que aportan “un valor adicional”, según explicó la propia empresa.

Esas son Danone, Yopro, Activia, Actimel y Danacol, mientras que otras, como Danet, Danonino o Vitalinea perderán peso, sin llegar a desaparecer. “Nuestra transformación consiste en tener una cartera más optimizada y enfocada”, dijo el consejero delegado de Danone, Antoine Bernard de Saint-Affrique. “En España hemos decidido reenfocar nuestros esfuerzos e invertir en cinco marcas clave, lo que permitirá un mayor impacto en publicidad y en los puntos de venta”, dijo. [...]

#### **Marcas “héroes”**

“Las empresas están enfocándose en lo que llaman las ‘referencias héroes’: aquellas que los consumidores buscan y esperan encontrar en todos lados, y que son rentables”, explica André Carvalho, socio de Bain & Company y especializado en gran consumo.

Este explica que la tendencia a una menor variedad de marcas llega tras años de “una proliferación de innovaciones y referencias, en muchos casos con muy poca capacidad para generar crecimientos”, y que además generan “complejidad” para los consumidores.

“Se están dando cuenta de que eso tiene un coste muy alto. Crear una marca, lanzar nuevas variedades, diseñar una oferta para varios canales... Son aspectos que aumentan exponencialmente la complejidad interna, y que generan costes por todos lados”. [...]

Estrategias que llegan en plena batalla con las marcas blancas, en pleno auge por la inflación. En España, estas alcanzaron una cuota de mercado del 41,4% en 2022, 3,1 puntos porcentuales más que en 2021, en productos envasados de gran consumo. En cadenas como Lidl (79,7%), Mercadona (72,8%), o Aldi (68,8%) su peso es mayoritario. Y a ello se une el creciente éxito de las tiendas de conveniencia, de tamaño más reducido y con mayor limitación física para exponer producto. [...]