

La duración del examen es de 2 horas

PARTE I: Consta de dieciséis preguntas tipo test de los contenidos de Economía y Empresa y Diseño de Modelos de Negocio. En cada pregunta SOLO HAY UNA OPCIÓN CORRECTA. Tres preguntas incorrectas restarán el valor de una pregunta correcta o la parte proporcional (cada pregunta incorrecta restará un tercio del valor de una respuesta correcta). Las preguntas no contestadas ni sumarán ni restarán puntuación. La puntuación máxima de esta parte será de 4 puntos.

1. Los bienes intermedios son aquellos que:

- a) Se venden/compran en los mercados con la intervención necesaria de un agente intermediario.
- b) Se utilizan en el proceso de producción de otro bien, siendo transformados para poder ser consumidos.
- c) Adquieren los consumidores para su uso final.
- d) Su consumo aumenta proporcionalmente con la renta de las familias.

2. La siguiente tabla indica los datos anuales de la cantidad producida y el número de empleados de tres fábricas:

	Unidades Producidas	Número empleados
Fábrica A	10.000	50
Fábrica B	25.000	150
Fábrica C	5.000	10

¿Cómo debería variar la contratación de las fábricas A y B para conseguir la misma productividad que la fábrica C?

- a) No debe variar nada porque las tres fábricas obtienen la misma productividad.
- b) La fábrica A debe despedir a 30 personas y la fábrica B debe despedir a 100 personas.
- c) La fábrica A debe mantener a 30 trabajadores y la fábrica B debe mantener a 100 trabajadores.
- d) La fábrica A debe despedir a 40 personas y la fábrica B debe despedir a 140 personas.

3. Si se produce un desplazamiento de la curva de demanda de coches eléctricos hacia la derecha, esto podría deberse a que:

- a) Ha bajado el precio de los coches eléctricos, provocando mayor demanda de dichos coches.
- b) Hay una ley que solo deja circular a los coches eléctricos en las ciudades.
- c) Los consumidores tienen menos renta disponible.
- d) Ha bajado el precio de los coches de gasolina.

4. Cuando en un mercado de bienes y servicios existe un exceso de demanda es debido a que:

- a) El precio de mercado está por encima del precio de equilibrio.
- b) El precio de mercado está por debajo del precio de equilibrio.
- c) Las empresas están dispuestas a vender más unidades de producto que la cantidad que quiere comprar las familias.
- d) Ninguna de las respuestas anteriores.

5. El bien A es complementario del bien B, además el bien B es un bien inferior y el bien C es un bien elástico. Siendo $E_{A,B}$ la elasticidad cruzada entre el bien A y B; E_R la elasticidad renta; y E_p la elasticidad demanda precio, la respuesta correcta sobre las elasticidades es:

- a) $E_{A,B} > 0$; $E_R > 0$; $|E_p| > 0$
- b) $E_{A,B} < 0$; $E_R > 0$; $|E_p| > 1$
- c) $E_{A,B} < 0$; $E_R < 0$; $|E_p| > 1$
- d) $E_{A,B} < 0$; $E_R < 0$; $|E_p| > 0$

6. ¿Por qué la curva de demanda de una empresa de competencia perfecta es totalmente horizontal?

- a) Porque la empresa es precio-aceptante y su producción es muy pequeña, en comparación con la del total del mercado.
- b) Porque la empresa oferta productos totalmente elásticos.
- c) Porque existe libertad de entrada y salida de empresas en el mercado.
- d) Porque la empresa vende productos homogéneos respecto a los otros competidores del mercado.

7. El deflactor del PIB se calcula mediante el cociente:

a) $\frac{\text{PIB}_{\text{nominal}}}{\text{PIB}_{\text{real}}}$

b) $\frac{\text{PIB}_{\text{real}}}{\text{PIB}_{\text{nominal}}}$

c) $\frac{\text{PIB}}{\text{Población}}$

d) $\frac{\text{PIB}_{\text{año2}} - \text{PIB}_{\text{año1}}}{\text{PIB}_{\text{año1}}}$

8. Si la tasa de inflación entre el periodo 0 y el periodo 1 es igual a 7,5%, significa que:

- a) Comprar en el periodo 1 los mismos productos que en el periodo 0 cuesta un 7,5% más caro.
- b) Pedir un préstamo en el periodo 1 cuesta un 7,5% más que en el periodo 0.
- c) La diferencia entre el valor real y el valor nominal de una variable económica será igual a 7,5%.
- d) Comprar en el periodo 1 los mismos productos que en el periodo 0 cuesta un 7,5% menos.

9. ¿Cuál de las siguientes opciones aumentaría la rentabilidad económica de una empresa?

- a) Reducir el importe del consumo de mercaderías por la obtención de descuentos en la compra de mercaderías.
- b) Disminuir la cuantía de los gastos por intereses de la deuda.
- c) Permutar patrimonio neto por deuda con proveedores de mercaderías sin coste financiero.
- d) Todas las respuestas anteriores pueden ser correctas.

10. En relación con la tipología de costes, indique la respuesta correcta:

- a) Coste indirecto es el que se puede adaptar a la cantidad producida en el corto plazo, pero no a largo plazo.
- b) Coste de producción de un bien o servicio es el valor monetario de los factores utilizados para obtenerlo.
- c) Coste medio de un producto es el coste total dividido entre el coste de cada unidad de producto fabricada.
- d) Ninguna de las respuestas anteriores es correcta.

- 11. Una empresa dedicada a la venta de zapatos cubre sus costes variables y fijos vendiendo 10.431 unidades. Si vende más de 10.431 unidades, indique la respuesta que es correcta necesariamente:**
- Aumentarán los costes variables.
 - Aumentarán los costes variables y también los costes fijos.
 - Se generará un beneficio directamente proporcional al aumento de los costes variables.
 - Aumentará el umbral de rentabilidad.
- 12. Al cierre del ejercicio 2024 una empresa tiene un activo corriente de 41.000 € y los capitales o recursos permanentes son de 77.000 €. Ha generado en dicho ejercicio un resultado de explotación de 21.000 €, una rentabilidad económica del 20%, los intereses de las deudas han sido de 800 € y se ha aplicado un tipo impositivo del 15%. ¿Cuál es el valor del fondo de maniobra del ejercicio 2024?**
- 17.000 €
 - 32.150 €
 - 13.000 €
 - Ninguna de las respuestas anteriores es correcta.
- 13. Cuando existe estabilidad financiera normal en una empresa, indique la respuesta verdadera:**
- El valor del activo no corriente coincide con el de los recursos o capitales permanentes.
 - El importe del patrimonio neto supera al valor del activo si la empresa es muy solvente.
 - Los recursos o capitales permanentes financian una parte del activo corriente.
 - El aumento del activo en un importe produce necesariamente un incremento del pasivo en esa misma cantidad para mantener el equilibrio patrimonial.
- 14. Una empresa analiza el poder de negociación de sus proveedores, la amenaza de nuevos competidores y la existencia de productos sustitutivos en su sector. ¿Qué herramienta está utilizando?**
- Análisis DAFO.
 - Análisis PESTEL.
 - Las cinco fuerzas de Porter.
 - Brainstorming (tormenta de ideas).
- 15. Una empresa se dirige exclusivamente a consumidores de alto poder adquisitivo ofreciendo productos exclusivos y de alta calidad, con precios elevados. ¿Qué estrategia competitiva está aplicando?**
- Estrategia de liderazgo en costes.
 - Estrategia de diferenciación.
 - Estrategia de penetración de mercados.
 - Estrategia de crecimiento interno.
- 16. Una empresa especializada en equipamiento deportivo lanza dos líneas de producto: una gama orientada a personas que practican deporte como forma de bienestar y desconexión y otra línea de producto pensada para consumidores que buscan principalmente comodidad y ocio. Según este criterio de clasificación de los consumidores, la empresa está aplicando:**
- Segmentación demográfica.
 - Segmentación geográfica.
 - Segmentación psicográfica.
 - Segmentación socioeconómica.

PARTE II: consta de dos ejercicios prácticos, uno de los contenidos de Economía y el otro de los contenidos de Empresa y Diseño de Modelos de Negocio.

RESUELVA SOLO UN EJERCICIO. La puntuación máxima será de 3 puntos.

EJERCICIO 1:

Una economía produce únicamente Alimentos (A) y Bienes industriales (B). Utilizando todos sus recursos de forma eficiente puede alcanzar las siguientes combinaciones de producción:

Combinación	Alimentos (A)	Bienes industriales (B)
C	0	60
D	10	54
E	20	44
F	30	30
G	40	10
H	44	0

Se pide:

- a) Represente gráficamente la Frontera de Posibilidades de Producción (FPP), e indique en ella las combinaciones que aparecen en la tabla. **(0,4 puntos)**
- b) Explique qué indica la forma de la FPP y qué información proporciona acerca del coste de oportunidad. **(0,5 puntos)**
- c) Calcule el coste de oportunidad de producir 10 unidades adicionales de alimentos al pasar de la combinación D a la E y de la combinación E a la F. **(0,4 puntos)**
- d) Calcule el coste de oportunidad unitario de pasar de la combinación F a la G. **(0, 45 puntos)**
- e) Clasifique las siguientes combinaciones de bienes, justificando la respuesta y situándolas en la gráfica del apartado a). **(0,45 puntos)**
 - i. (15 A, 70 B)
 - ii. (25 A, 20 B)
 - iii. (44 A, 5 B)
- f) Suponga que se produce una mejora tecnológica que afecta solo al sector de bienes industriales:
 - i. Explique y represente gráficamente cómo cambia la FPP. **(0,4 puntos)**
 - ii. ¿Cómo afecta esta mejora al coste de oportunidad de producir alimentos? Razone su respuesta. **(0,4 puntos)**

EJERCICIO 2:

Una empresa dedicada a la fabricación de muebles está valorando la compra de una máquina de corte automatizada para mejorar la productividad.

La inversión requiere un desembolso inicial de 360.000 € y en el año 0 debe realizarse, además, un desembolso adicional de 15.000 € en concepto de material auxiliar, que se recuperará íntegramente al final del proyecto, o en el momento en que se venda la máquina.

La vida útil de la máquina es de 4 años y el valor residual al final del año 4 será de 30.000 €.

Se espera que los ingresos netos derivados de su uso sean de 95.000 € el primer año y vayan aumentando un 4% anual sobre el valor del año anterior. Por su parte, los costes de mantenimiento ascienden a 9.000 € el primer año, aumentando un 2% anual sobre el valor del año anterior.

Suponiendo una tasa anual de descuento del 6%:

- a) Calcule los flujos netos de caja durante los 4 años que dura la inversión. **(0,8 puntos)**
- b) Calcule el VAN del proyecto para 4 años, teniendo en cuenta toda la información proporcionada. Interprete el resultado. **(0,7 puntos)**
- c) Si se mantienen la tasa anual de descuento del 6% y los flujos de caja durante 2 años, determine cuál debería ser el precio mínimo de venta de la máquina al final del año 2 para que la inversión resulte rentable, sabiendo que la venta implica una comisión del 3% sobre el precio de venta y un coste fijo de desmontaje y traslado de 8.000 €, que se paga en el momento de la venta. Interprete el resultado. **(1,5 puntos)**

PARTE III: Lea detenidamente el texto y responda a las preguntas que se plantean sobre el mismo. La puntuación máxima de esta parte es de 3 puntos.

COMENTARIO DE TEXTO

Lo que da de sí el negocio de vestirnos

Texto adaptado de Periódico El País. Javier A. Fernández. 03 DIC 2025 - 17:41 CET

La moda es uno de los embajadores de la marca España en el mundo, un sector en el que conviven los pequeños talleres con grandes cadenas de presencia internacional. Un total de 72.000 empresas (17.000 de la industria textil y 55.000 de comercio “retail”) que dan empleo a 372.000 personas. Detrás de las cifras están las historias de los emprendedores, como los responsables de dos compañías en plena expansión: *One Dilemma*, firma fundada en Madrid en 2023 por Martina Capel junto a otras dos jóvenes emprendedoras, Loreto Normand y Paula Corchado, que comercializan pantalones vaqueros, faldas y camisetas personalizadas a través de internet; y *Lola Casademunt*, marca barcelonesa fundada por la diseñadora Lola Casademunt, conocida por sus prendas de estampados vibrantes para mujeres y que desde 2018 está dirigida por Maite Gassó, una de sus hijas, y está presente en 42 países.

Los pantalones vaqueros más populares entre los jóvenes los venden tres veinteañeras afincadas en Madrid. Estas prendas tienen el tiro bajo y una estrella en cada bolsillo trasero. Nacieron con vocación de ser únicas, porque cada unidad se puede personalizar. Anunciaban sus creaciones cada domingo por TikTok. “Colgábamos los modelos en nuestra cuenta y en minutos se agotaban. Pasábamos los siguientes días customizándolos con tachuelas y otros adornos”, cuenta Martina Capel, de 20 años, una de las socias. Ahora ya tienen su propia tienda en línea y su negocio no deja de crecer tanto a nivel nacional como internacional.

La historia de Lola Casademunt comparte biografía. La empresaria que da nombre a la firma empezó confeccionando lazos, diademas y otros accesorios para el pelo en su propio domicilio hace cuatro décadas. Hoy se ha convertido en una firma consolidada que facturó 57 millones de euros en 2024, un 25% más que el año anterior, y que presenta sus colecciones en la Semana de la Moda de Madrid y Barcelona.

Ambas empresas representan dos modelos diferentes de negocio, pero con algo en común: se encuentran en plena expansión en un sector marcado por la moda rápida (*fast fashion*), la globalización, el estancamiento de las ventas y la necesidad de atender a la sostenibilidad. Consolidarse en un mercado como este es el mayor reto para las empresas españolas, asegura Eduardo Zamalacoa, presidente de la Asociación Empresarial del Comercio Textil y Complementos (Acotex): “Es fácil emprender y empezar a vender, todos necesitamos vestirnos, lo difícil es saber crecer y expandirse sin poner en riesgo el modelo de negocio y, sobre todo, sin pasar de moda”. Tiramos del hilo para conocer las costuras y los dobladillos de este importante sector.

El sector de la moda representa el 2,9% del producto interior bruto (PIB) nacional y aporta el 3,6% del empleo, de perfiles muy diversos con un predominio significativo del empleo femenino, que representa el 54,3% del empleo de esta industria y el 74,3% del retail frente al 46,3% del promedio nacional. El textil y la confección representa más del 8,2% del valor exportado por las empresas españolas, un éxito en el que pesa más el diseño, la innovación y la distribución que los costes bajos, según el informe Competitividad del sector textil-moda español, del Ministerio de Economía.

La mayor parte del tejido industrial textil está compuesto por pequeños talleres y artesanos, empresas que no cuentan con asalariados (42%) o tienen entre 1 y 9 trabajadores (44%). A

diferencia del comercio textil, en el que el formato más extendido es la cadena especializada (40%), con empresas con presencia internacional como Mango, Tendam e Inditex (casa de Zara, Bershka o Pull & Bear).

Las prendas de moda lideran las ventas de productos por internet, y se han doblado en los últimos seis años. Aunque el sector es líder en ventas por internet, la facturación general de la industria y del comercio se mantiene estable tras una notable caída durante la pandemia.

La moda española es embajadora de la marca España en el mundo. Enseñas como Mango, Desigual y las marcas de Inditex gozan de fama internacional gracias a un modelo de negocio ágil y atractivo, señala López-Casero, presidenta de la Asociación del Retail Textil de España (ARTE). Ha dado nombres como Cristóbal Balenciaga, Paco Rabanne, Manuel Pertegaz y Adolfo Domínguez, figuras clave en la historia de la moda universal.

Inditex es el buque insignia del sector y también la primera empresa de la Bolsa española, con un valor que dobla el de la segunda, la energética Iberdrola, y una de las 10 marcas de moda que más facturan en el mundo. Inditex junto a Mango, Desigual y Tendam (casa de Women'secret o Pedro del Hierro) son líderes internacionales con presencia en más de 150 países gracias a un modelo industrial ágil, desde el diseño y la confección a la logística y venta.

Las tiendas están altamente digitalizadas gracias a sistemas de gestión de existencias con etiquetado de las prendas por radiofrecuencia (RFID), que sincroniza todos los almacenes y establecimientos de una misma cadena, o los espejos inteligentes y las aplicaciones de realidad aumentada que permiten probarse ropa de forma virtual. El grado de intensidad digital del comercio textil, un indicador de la penetración de las nuevas tecnologías y su capacidad para innovar, se sitúa en el 14,5%, cuatro puntos por encima de la media del comercio en general.

A pesar de sus fortalezas, el sector se encuentra en peligro de estancamiento y en busca de soluciones verdes. La industria textil ha perdido en torno a 5.000 compañías desde 2010, de acuerdo con el Directorio Central de Empresas (Dirce) del INE. Los expertos señalan varios motivos que han llevado a ello: las microempresas son más vulnerables a las crisis económicas y a las subidas de costes, lo que lleva a muchas a no tener medios para hacerles frente; la deslocalización de la confección a países donde los costes son más bajos. Sucesos como la pandemia o episodios de bloqueo de rutas comerciales, como el del canal de Suez, han dejado en evidencia los problemas que genera la deslocalización de la producción, a lo que algunas empresas españolas hacen frente trasladando su producción a España y a países del entorno.

Los ingresos del sector aún no han recuperado las cifras previas a la pandemia. López-Casero explica este fenómeno como consecuencia primero de los cambios de hábitos del consumidor, que desde la crisis del covid ha traspasado parte del gasto en moda al ocio, la hostelería y el turismo. También influyen, según la presidenta de ARTE, el aumento de los precios por la alta inflación (con julio de 2022 como pico, con un aumento de casi el 11% respecto al año anterior, según el INE) y la mayor conciencia ecológica (los consumidores alargan la vida de sus prendas y compran más de segunda mano).

En España, cada ciudadano desecha 20 kilos de ropa al año, cifra por encima de la media europea. Reducir ese volumen de desperdicio requiere de la integración del principio de circularidad, es decir, establecer un proceso de reciclar y reutilizar todas las materias que se utilizan en la industria, desde el diseño hasta el final de la vida útil de las prendas. Las empresas del sector se encuentran en plena transformación para reducir el consumo de agua; limitar el uso de químicos que generan residuos difíciles de tratar y de microplásticos; fomentar el consumo responsable o *slow fashion* (en contraposición a la *fast fashion* de las grandes cadenas); y desarrollar nuevos tejidos.

El sector de la moda se enfrenta desde hace décadas a la falsificación de sus productos, un fenómeno que genera pérdidas de 1.000 millones de euros anuales, de acuerdo con Marcos Pizarro, miembro de la junta directiva de Moda España. España es el segundo país de la Unión Europea con mayor tasa de compra de falsificaciones, de acuerdo con el informe Situación del comercio ilícito y fraude en Europa y el resto del mundo, de la empresa suiza de tecnología antifraude Sicpa. Y ya no solo de productos de lujo o ropa deportiva, los falsificadores replican prendas de cadenas como Inditex, cuyo principal mercado está en internet.

A partir del texto, conteste las siguientes cuestiones:

PREGUNTA 1: En el texto se afirma “*El sector de la moda representa el 2,9% del producto interior bruto (PIB) nacional*”. Defina PIB y explique el significado de la afirmación anterior. ¿Qué información adicional proporciona el texto para considerar al sector de la moda como un sector estratégico de la economía española? **(0,7 puntos)**

PREGUNTA 2: Explique cómo está compuesto mayoritariamente el tejido empresarial del sector de la moda en España. Si lo considera oportuno, diferencie entre las empresas de la industria textil y las del comercio textil. Para su respuesta, utilice los criterios de clasificación de empresas en función de tamaño, actividad y ámbito geográfico. Justifique su respuesta. **(0,9 puntos)**

PREGUNTA 3: Explique las tres estrategias competitivas que permiten a las empresas obtener una ventaja competitiva. ¿Qué estrategia explica el éxito de las empresas españolas del sector de la moda? Justifique su respuesta. **(0,8 puntos)**

PREGUNTA 4: ¿En qué consiste la deslocalización de la producción? Explique cómo ha afectado esta estrategia a la evolución reciente del sector textil y de la confección en España y cómo están reaccionado las empresas españolas del sector. **(0,6 puntos)**