



Pruebas para la obtención de los títulos de Técnico y Técnico Superior de Formación Profesional

MODELO PARA LA ELABORACIÓN DE LAS PRUEBAS

Convocatoria correspondiente al curso 2025-2026

(Resolución de 12 de diciembre de 2025, de la Dirección General de Educación Secundaria, Formación Profesional y Régimen Especial)

DATOS DEL ALUMNO			FIRMA
APELLIDOS:			
Nombre:	D.N.I./ N.I.E.	Fecha:	

Código del ciclo: (1) SSCM01	Denominación completa del título: (1) Técnico/a en Atención a Personas en situación de Dependencia
Clave o código del módulo: (1) 0219	Denominación completa del módulo profesional: (1) Empresa e Iniciativa Emprendedora

INSTRUCCIONES GENERALES PARA LA REALIZACIÓN DE LA PRUEBA
- Cumplimentar los datos del aspirante antes del examen y firmar en todas las hojas que se entreguen. - Tener disponible el DNI o documento identificativo equivalente en la mesa. - Señalar y escribir con tinta indeleble azul o negra las respuestas y su desarrollo. - Si se ha de rectificar una respuesta, trazar un aspa o tachar con una línea horizontal. No utilizar líquido corrector (Tippex). - Utilizar solamente el papel facilitado por el examinador (con el sello y formato correspondiente). - No utilizar material de consulta (salvo aquél que se autorice expresamente).
CRITERIOS DE CALIFICACIÓN Y VALORACIÓN
La prueba consta de: Una parte de contenido teórico, compuesta de cuarenta preguntas tipo test. Las preguntas tendrán una valoración total de 7 puntos, de acuerdo con los siguientes criterios: - Solo existe una única opción de respuesta válida por cada pregunta. - Cada pregunta contestada correctamente puntuará 0,175. - Cada pregunta contestada incorrectamente restará 0,06. - Las preguntas no contestadas no restarán. - Las preguntas con más de una opción marcada se considerarán incorrectas. Un caso práctico, con cinco apartados. Tendrá una valoración total de 3 puntos: - Los apartados a), d) y e) puntuarán 0.5 cada uno; Los apartados b) y c) puntuarán 0.75 cada uno. - Se valorará: la correcta aplicación de los contenidos, la coherencia en la resolución, la claridad expositiva, los cálculos y el uso adecuado de la terminología.

(1) Consigñense las denominaciones exactas y los códigos reflejados en el anexo 1.a o 1.b de las presentes instrucciones.

CALIFICACIÓN
.....

DATOS DEL ALUMNO			FIRMA
APELLIDOS:			
Nombre:	D.N.I./ N.I.E.	Fecha:	

CONTENIDO DE LA PRUEBA:

PARTE DE CONTENIDO TEÓRICO:

1. Un trabajador por cuenta propia o autónomo:
 - a) Tiene un salario fijo, independientemente de los beneficios de la empresa.
 - b) Debe rendir cuentas a la dirección de la empresa del resultado obtenido.
 - c) Asume el riesgo económico.
 - d) Depende de un jefe.
2. Los requisitos básicos que debe poseer todo empresario son:
 - a) Experiencia, idea e innovación.
 - b) Capital inicial, acceso a la tecnología, aceptación del riesgo y habilidades personales.
 - c) Baja aceptación al riesgo, experiencia y acceso a la tecnología.
 - d) Con tener experiencia es suficiente.
3. La zona de confort hace referencia a:
 - a) Las cosas que hacemos habitualmente, incluso aunque sean negativas. Es un entorno que nos da seguridad, aunque no nos permite el crecimiento.
 - b) La zona en la que amplias la visión del mundo, donde puedes observar y experimentar.
 - c) La zona mágica o de crecimiento.
 - d) La zona de pánico o de miedo.

4. El emprendedor corporativo es aquella persona que:
- a) Lanza un nuevo proyecto empresarial asumiendo el riesgo económico del mismo.
 - b) Trabaja por cuenta ajena dentro de una empresa, haciendo las tareas que le indica su jefe.
 - c) Está buscando trabajo de forma activa.
 - d) Trabaja dentro de una organización, disponiendo de la autonomía suficiente para plantear nuevos proyectos y desarrollarlos como si fueran propios.
5. Si en un mercado el precio de un producto es demasiado barato:
- a) Habrá un exceso de demanda.
 - b) Habrá un exceso de oferta.
 - c) Estará el mercado en equilibrio.
 - d) La gente no estará interesada en comprar.
6. En un mercado de competencia monopolística:
- a) Todas las empresas ofrecen el mismo producto.
 - b) La empresa puede subir precios sin perder clientes.
 - c) La empresa no debe subir precios sino quiere perder clientes, ya que el producto de todas las empresas es igual.
 - d) Sólo existe una empresa.
7. Segmentar un mercado es:
- a) Dividir a los clientes en grupos de similares características.
 - b) Utilizar una estrategia indiferenciada donde todos los clientes van a recibir el mismo producto.
 - c) Atender a los clientes dependiendo de si tienen poder adquisitivo o no.
 - d) Una estrategia poco importante en las empresas.

8. Si una empresa se dirige principalmente a vender productos para mujeres de renta alta:
- a) Segmenta por criterios económicos y psicológicos.
 - b) Segmenta por gustos y criterios psicológicos.
 - c) Segmenta por criterios demográficos y económicos.
 - d) Segmenta por criterios de profesión y económicos.
9. Si una empresa se centra en un solo segmento del mercado y se olvida del resto:
- a) Se trata de una estrategia diferenciada.
 - b) Se trata de una estrategia concentrada.
 - c) Se trata de una estrategia indiferenciada.
 - d) Lo está haciendo mal.
10. Para realizar un estudio de mercado, se necesita analizar:
- a) El cliente objetivo, los proveedores y la competencia.
 - b) El cliente objetivo y la competencia.
 - c) El cliente objetivo, los proveedores, la competencia y los productos sustitutivos.
 - d) El cliente objetivo, los proveedores, la competencia y los productos complementarios.
11. El entorno de una empresa es cambiante si:
- a) Está integrado, es decir, vende a varios mercados.
 - b) Está integrado, es decir, vende a un único mercado.
 - c) Está diversificado, es decir, vende a varios mercados.
 - d) Está diversificado, es decir, vende a un único mercado.
12. Un entorno sencillo se caracteriza por ser:
- a) Estable, complejo, diversificado y favorable.
 - b) Estable, simple, diversificado y hostil.
 - c) Estable, simple, integrado y favorable.
 - d) Estable, complejo, integrado y hostil.

13. Michael Porter elaboró un modelo para estudiar los elementos que influían en cada sector de la economía, formado por las siguientes cinco fuerzas competitivas:
- a) Grado de competencia entre las empresas actuales y amenaza de otros productos sustitutivos.
 - b) Posibilidad de entrada de nuevos competidores y amenaza de otros productos sustitutivos.
 - c) Poder de negociación de proveedores y de clientes.
 - d) Grado de competencia entre las empresas actuales, posibilidad de entrada de nuevos competidores, amenaza de otros productos sustitutivos, poder de negociación de proveedores y poder de negociación de clientes.
14. ¿Cómo se llama la estrategia para intentar solucionar el DAFO?
- a) CAME
 - b) CANE
 - c) CATA
 - d) CAMO
15. Respecto a la localización del proyecto empresarial es cierto que:
- a) Una empresa industrial tenderá a estar cerca de los clientes.
 - b) Una empresa de servicios debe estar cerca de los clientes o en un lugar que sea fácilmente accesible.
 - c) En la deslocalización hay una calidad muy alta.
 - d) No se tiene en cuenta ni la demanda de la zona, ni la competencia, ni las comunicaciones.
16. ¿Cómo se denominan los factores que afectan de forma específica al sector de una empresa?
- a) Microentorno.
 - b) Responsabilidad Social Corporativa.
 - c) Macroentorno.
 - d) Imagen corporativa.



17. ¿Cuál de las siguientes herramientas no forma parte de las denominadas “4p” del Marketing Mix?
- a) Producto.
 - b) Distribución.
 - c) Precio.
 - d) Publicidad.
18. A la hora de fijar los precios, la empresa debe considerar a la vez tres factores:
- a) Lo que están dispuestos a pagar los consumidores, los costes del producto y el precio de la competencia.
 - b) Los costes de la empresa, el precio de la competencia y los descuentos que aceptarán los clientes.
 - c) Los costes de la empresa, el precio de la competencia y los precios que a nivel prestigio atraigan más a los clientes.
 - d) Ninguna es correcta.
19. ¿Cómo se denomina al conjunto de estrategias que pretenden estimular las ventas de forma inmediata?
- a) Promoción de ventas.
 - b) Distribución.
 - c) Merchandising.
 - d) Marketing.
20. ¿Cómo se denomina la estrategia consistente en fijar precios más bajos cuando una empresa entra nueva en el mercado, o cuando se lanza un nuevo producto en una empresa ya existente?
- a) Estrategia de precios de penetración.
 - b) Estrategia de precios descremados o desnatados.
 - c) Estrategia de precios psicológicos.
 - d) Estrategia de precios de prestigio.

21. ¿Para qué utilizamos el mapa de posicionamiento?
- a) Para conocer cómo nos perciben los clientes respecto a la calidad/precio.
 - b) Para saber dónde están situadas las demás empresas de la competencia.
 - c) Ambas son correctas.
 - d) Ninguna es correcta.
22. Sino existen intermediarios en la distribución, nos encontramos en un canal:
- a) Directo.
 - b) Indirecto.
 - c) Exclusivo.
 - d) Indiferente.
23. Un ejemplo de bienes sustitutivos son:
- a) Móvil y cargador.
 - b) Patinetes eléctricos y mesas.
 - c) Aceite de oliva y aceite de girasol.
 - d) No existen los bienes sustitutivos.
24. ¿A qué etapa del ciclo de vida de un producto o servicio corresponde el momento en el que se incrementan las ventas?
- a) A la etapa de lanzamiento.
 - b) A la etapa de crecimiento.
 - c) A la etapa de madurez.
 - d) A la etapa de declive.
25. Uno de los inconvenientes de la subcontratación es que:
- a) No fijar todas las condiciones claras en el contrato puede llevar a interpretaciones erróneas.
 - b) Hay riesgo de seguridad y privacidad.
 - c) En muchas ocasiones la empresa con quienes subcontratamos vuelve a subcontratar a otra empresa.
 - d) Todas las respuestas anteriores son correctas.

26. ¿Qué funciones podemos distinguir en el aprovisionamiento de las materias primas y de los productos?
- a) Compras y ventas.
 - b) Compras, ventas y devoluciones.
 - c) Compras, almacenamiento y gestión de inventarios.
 - d) Compras, almacenamiento y reciclaje.
27. ¿Qué valoramos para seleccionar a los proveedores?
- a) El precio y la calidad del producto que necesitamos.
 - b) Los descuentos y las condiciones de pago.
 - c) El plazo de entrega, el servicio postventa y la garantía.
 - d) Todas las respuestas anteriores son correctas.
28. ¿Qué es el co-makership?
- a) Un término inglés que significa la creación de una relación a largo plazo con pocos proveedores, basada en el estilo “yo gano – tú ganas”.
 - b) Un término inglés que significa que para que yo gane, tú tienes que salir perdiendo.
 - c) Uno de los sistemas de almacenamiento más utilizados.
 - d) Uno de los métodos más utilizados en la gestión de inventarios para evitar que se produzca una rotura de stock.
29. En el sistema ABC, los productos A:
- a) Son aproximadamente el 30% de los productos del almacén y valen entre el 10-20% del valor del almacén. Hay que controlarlos, pero moderadamente.
 - b) Son aproximadamente el 20% de los productos del almacén, pero su valor es del 60-80% de lo que hay almacenado. Hay que controlarlos y evitar que se almacenen durante mucho tiempo.
 - c) Son alrededor del 50% de los productos, pero apenas valen el 5-10% del valor total del almacén. Requieren un control mínimo.
 - d) Son aquellos que queremos mantener en el almacén el máximo tiempo posible.

30. ¿Qué es el stock de seguridad?

- a) El nivel de stock en el cual hay que solicitar un pedido al proveedor.
- b) El stock de existencias mínimas en el almacén para poder hacer frente a pedidos imprevistos o retrasos en la entrega por parte de los proveedores.
- c) El nivel máximo de stock que se solicita en cada pedido.
- d) Ninguna respuesta es correcta.

31. ¿Qué es el modelo Just In time?

- a) Su idea básica es que hay que mantener un stock mínimo en el almacén para imprevistos y evitar la rotura de stock.
- b) Su idea básica es que hay que producir lo más rápido posible para acabar cuanto antes.
- c) Su idea básica es que hay que fabricar justo a tiempo el material exacto necesario, para evitar despilfarros.
- d) Todas las respuestas anteriores son correctas.

32. ¿Qué es el patrimonio de una empresa?

- a) El conjunto de bienes, derechos y obligaciones.
- b) El conjunto de bienes y servicios.
- c) El conjunto de bienes de valor en el almacén.
- d) El conjunto de trabajadores y proveedores.

33. ¿Cómo se calcula el pasivo en un balance de situación?

- a) Activo – Patrimonio Neto.
- b) Activo + Patrimonio Neto.
- c) Activo Corriente – Patrimonio Neto.
- d) Activo No Corriente + Patrimonio Neto.

34. ¿Qué es el patrimonio neto en un balance de situación?

- a) Las deudas que tiene la empresa con terceros.
- b) Las deudas que tienen terceros con la empresa.
- c) La suma de deudas que tiene la empresa con terceros y que tienen terceros con la empresa.
- d) El valor contable de lo que vale realmente una empresa.



35. El test ácido es recomendable que:

- a) Esté por debajo de 0.25.
- b) Esté por encima de 0.75.
- c) Esté por encima de 0.25.
- d) Esté por debajo de 0.75.

36. Según la teoría del empresario innovador, es cierto que:

- a) El empresario es aquel que sabe ver una oportunidad de negocio en el mercado.
- b) Existen tres etapas en el cambio tecnológico: la imaginación, la innovación y la simulación.
- c) Existen tres etapas en el cambio tecnológico: la invención, la innovación y la imitación.
- d) El empresario es alguien muy arriesgado, que va cambiando de un negocio a otro.

37. Según la teoría de la incubadora, es cierto que:

- a) Muchos empresarios surgen porque trabajaron en otra empresa donde aprendieron y fueron adquiriendo ideas propias para ponerlas en práctica en su propia empresa.
- b) Muchos empresarios surgen porque han perdido el trabajo y tienen dificultad para encontrar un trabajo que les llene.
- c) El empresario es el capitalista que pone el dinero y asume el riesgo económico.
- d) El empresario es quien toma decisiones sobre cómo dirigir la empresa partir de las directrices básicas.

38. Según el modelo clásico de la zona de confort, es cierto que:

- a) No existe una zona de pánico donde ocurran cosas gravísimas, sino una zona mágica donde pueden ocurrir cosas maravillosas.
- b) Hay que salir de la zona de confort dando pequeños pasos para no generar mucha ansiedad y evitar llegar a una zona de crecimiento que nos paralice.
- c) Hay que salir de la zona de confort dando pequeños pasos para no generar mucha ansiedad y evitar llegar a una zona de pánico que nos paralice.
- d) Ninguna respuesta es correcta.



39. ¿En qué modelo relacionado con la zona de confort podemos encontrarnos la zona de crecimiento?

- a) En el modelo clásico.
- b) En el modelo optimista.
- c) En el modelo pesimista.
- d) En el modelo intermedio.

40. Si un sector está en crecimiento...

- a) Habrá más competencia, ya que hay nuevos clientes a los que poder vender.
- b) Habrá menos competencia, ya que hay nuevos clientes a los que poder vender.
- c) Habrá la misma competencia que si el sector estuviera estancado, ya que el cliente puede cambiar.
- d) Los proveedores tendrán más poder.

CASO PRÁCTICO:

La empresa Asegúrate presenta en el mes de mayo de 2026 los siguientes gastos:

- Alquiler del local: 2.000€.
- Publicidad y promoción (fijo cada mes): 500€.
- Nóminas de los trabajadores: 3.000€.
- Seguridad Social: 500€.
- Cuota de autónomos: 2.000€.
- Costes fijos de suministros: 400€.
- Servicio de limpieza (fijo cada mes): 600€.
- Servicios de gestión (fijo cada mes): 1.200€.
- Intereses fijos de un préstamo: 1.800€.
- Compra de 1.000 alarmas por 20€/unidad.

- a) Clasifica los gastos en costes fijos o costes variables; y calcula el coste total.
- b) Calcula el umbral de rentabilidad o punto muerto a partir de los datos anteriores, suponiendo que el precio de venta de las alarmas es de 45€; e interpreta el resultado.
- c) Si se han vendido las 1.000 alarmas compradas, calcula el beneficio de la empresa.



- d) ¿Cuál sería el precio técnico para poder cubrir los costes si se venden 1.000 alarmas al mes?
- e) Si se quisiera obtener un margen de beneficio del 35%, ¿Cuál sería su precio de venta?



