5.3. Modelo de examen

El alumnado tendrá que responder, a un número de preguntas determinado previamente y que figurará en el examen. En el supuesto de que el alumnado, de forma voluntaria o involuntaria, responda a un número de preguntas superior al establecido previamente, únicamente se corregirán las primeras respuestas, según el orden en que aparezcan, hasta completar el número de preguntas exigido. Las restantes preguntas contestadas no serán objeto de corrección ni calificación.

PREGUNTA 1: Contestar una cuestión de la dos posibles. (2 puntos).

Cuestión 1.1

Imagina que trabajas en el departamento financiero de la empresa “Conservas del Ebro, S.A.”, ubicada en Alfaro (La Rioja), una zona reconocida por su tradición en la industria agroalimentaria. La dirección te pide que elabores un informe para evaluar la situación patrimonial y la capacidad de pago a corto plazo de la empresa al cierre del ejercicio 2024.Para ello, dispones de la siguiente información contable:

Concepto	Euros	Concepto	Euros
Aplicaciones informáticas	3.000	Maquinaria	¿?
Reserva Legal	25.000	Deudas a largo plazo con entidades de crédito	15.000
Proveedores del inmovilizado a largo plazo	55.000	Clientes	35.000
Proveedores efectos a pagar	5.500	Banco c/c	2.000
Hacienda Pública Acreedora por conceptos fiscales	6.250	Acreedores corto plazo por prestación de servicios	15.000
Terrenos y bienes naturales	20.000	Equipos procesos de información	20.000
Mercaderías	15.000	Capital	75.000
Caja, euros	3.000	Deudas a corto plazo con entidades de crédito	5.000
Amortización acumulada del inmovilizado material	2.000	Edificios y otras construcciones	50.000

Se pide:

a) Elaborar el balance por masas patrimoniales y calcular el importe de la cuenta “Maquinaria” (1.5 puntos).

b) Analiza la situación de liquidez de la empresa a través del análisis de las siguientes ratios: (1) Liquidez, (2) Tesorería, y (3) Tesorería inmediata (0.5 puntos)

Cuestión 1.2

NaturaBox**,** S.L. es una *startup* ubicada en La Rioja que fabrica envases para pequeñas cadenas de alimentación. En su segundo año de actividad, la empresa busca consolidarse en el mercado nacional y ha iniciado conversaciones con un posible distribuidor.

Con el objetivo de tomar decisiones estratégicas para su crecimiento, NaturaBox necesita analizar su rendimiento económico y financiero del último ejercicio. Durante este periodo, ha generado ingresos por ventas y ha incurrido en diversos gastos operativos y financieros.

La empresa cuenta con un activo total de 150.000 €, financiado en parte con fondos propios por valor de 100.000 € y el resto mediante deuda bancaria de 50.000 € a un tipo de interés del 4%.

Datos del ejercicio:

- Ingresos por ventas: 95.000 €
- Costes de materiales: 40.000 €
- Gastos de personal: 6.000 €
- Otros gastos de explotación: 4.000 €
- Suministros: 2.500 €
- Tipo impositivo sobre beneficios: 25 %

Se pide:

1. Calcular el BAIT, el BAT y el beneficio neto del ejercicio a partir de los datos proporcionados. (0.9)
2. Calcula la rentabilidad económica y la rentabilidad financiera de la empresa explicando su significado. (0.6)
3. Propón una opción de financiación (propia o ajena) para una inversión de 30.000 € en una nueva línea de producción, justificando tu elección según los resultados obtenidos. (0.5)

PREGUNTA 2: Contestar una cuestión de la dos posibles. (2 puntos).

Cuestión 2.1

La empresa “RiojaTech Solutions, S.L.”, ubicada en Logroño (La Rioja) y especializada en el desarrollo de aplicaciones informáticas para empresas, ha cerrado el último ejercicio con un beneficio neto de 333.000 €. Durante este periodo, ha vendido 21.000 unidades de su producto principal, que tiene un coste variable unitario de 13 €. Además, la empresa soporta costes fijos por valor de 75.500 €.

La dirección quiere saber si el precio actual de venta es adecuado y necesita información para tomar decisiones estratégicas.

Se pide:

a) Calcular el precio al que se ha vendido el producto (0.5 puntos).

b) Considerando el precio resultante del apartado anterior, calcular el umbral de rentabilidad y explicar su significado (0.5 puntos por el cálculo numérico y 0.5 puntos por la explicación).

c) Representar gráficamente el umbral de rentabilidad (0.5 puntos).

Cuestión 2.2

La empresa El Mirador valora acometer dos proyectos de inversión: Proyecto A y Proyecto B. El desembolso inicial es de 7.200 € para A y de 6.650 € para B.
Cada proyecto genera los **flujos de caja** anuales indicados en la tabla adjunta (Proyecto A y Proyecto B).

Proyecto	Año 1	Año 2
A	3.500€	8.200€
B	5.400€	1.200€

Como consultor financiero, tu misión es evaluar las inversiones y justificar la decisión con argumentos claros y datos precisos. Para ello:

a) Si se supone que la tasa de actualización es del 4%, calcular para los dos proyectos el Valor Actual Neto (VAN) e indicar razonadamente la preferencia en la elección de invertir en cada uno de estos proyectos (1 punto).

b) Calcular la Tasa Interna de Rendimiento (TIR) del proyecto A y determinar la conveniencia o no de llevarse a cabo, considerando que el coste de oportunidad es del 12% (1 punto)

PREGUNTA 3: Contesta dos cuestiones de la cuatro posibles. (2 puntos)

Cuestión 3.1 Explicar en qué consisten las empresas multinacionales y sus características más importantes. (1 punto)

Cuestión 3.2 Respecto a la estrategia de expansión de la dirección de crecimiento, explique la penetración de mercados y el desarrollo de mercados. (1 punto)

Cuestión 3.3 Explicar las fuerzas competitivas del sector siguiendo el modelo de M. Porter. (1 punto)

Cuestión 3.4 Respecto al análisis DAFO, defina las fortalezas y debilidades y exponga un ejemplo de una fortaleza y una debilidad que considere que puede tener Mercadona. (1 punto)

PREGUNTA 4. Contestar una cuestión de la dos posibles. (1 Punto)

Cuestión 4.1 Sebastián y Marta cuentan con 25.000 euros y quieren montar un negocio de reparto de comida saludable a domicilio. No desean correr el riesgo de perder más que su aportación al negocio. Están dudando entre constituirse como una Sociedad Anónima o una Sociedad Limitada.

¿Cuál es la forma adecuada en este caso? Exponga las principales características (3 al menos) y un inconveniente de la sociedad elegida.

Cuestión 4.2 Defina la responsabilidad social de la empresa, explique la responsabilidad medioambiental y exponga un ejemplo de una actuación que realiza una empresa para cumplir con la responsabilidad medioambiental.

PREGUNTA 5. Contestar una cuestión de la dos posibles (1 Punto)

Cuestión 5.1 Respecto al marketing mix: (1) defina la variable producto: (2) enumere y explique las fases del ciclo de vida de un producto.

Cuestión 5.2 Explicar en qué consiste la segmentación de mercados y señalar los criterios y variables de segmentación de mercados más utilizados.

PREGUNTA 6. Contestar una cuestión de la dos posibles (1 Punto)

Cuestión 6.1 Explicar el concepto de autofinanciación de la empresa y comenta sus principales ventajas como fuente de financiación.

Cuestión 6.2 Explicar los factores de motivación según la teoría de Maslow.

PREGUNTA 7. Contestar a una de las siguientes cuestiones (1 Punto):
Cuestión 7.1 Imagina que estás creando una aplicación móvil para el aprendizaje de idiomas dirigido a niños. Utilizando el modelo Canvas, completa los dos siguientes apartados: (1) Propuesta de Valor y (2) Actividades clave.

Cuestión 7.2 Explicar brevemente qué se entiende por I+D+i y por qué es importante para la competitividad de las empresas.

5.4. Solucionario del modelo propuesto

PREGUNTA 1: (2 puntos)

Imagina que trabajas en el departamento financiero de la empresa “Conservas del Ebro, S.A.”, ubicada en Alfaro (La Rioja), una zona reconocida por su tradición en la industria agroalimentaria. La dirección te pide que elabores un informe para evaluar la situación patrimonial y la capacidad de pago a corto plazo de la empresa al cierre del ejercicio 2024.Para ello, dispones de la siguiente información contable:

Concepto	Euros	Concepto	Euros
Aplicaciones informáticas	3.000	Maquinaria	¿?
Reserva Legal	25.000	Deudas a largo plazo con entidades de crédito	15.000
Proveedores del inmovilizado a largo plazo	55.000	Clientes	35.000
Proveedores efectos a pagar	5.500	Banco c/c	2.000
Hacienda Pública Acreedora por conceptos fiscales	6.250	Acreedores corto plazo por prestación de servicios	15.000
Terrenos y bienes naturales	20.000	Equipos procesos de información	20.000
Mercaderías	15.000	Capital	75.000
Caja, euros	3.000	Deudas a corto plazo con entidades de crédito	5.000
Amortización acumulada del inmovilizado material	2.000	Edificios y otras construcciones	50.000

Se pide:

a) Elaborar el balance por masas patrimoniales y calcular el importe de la cuenta “Maquinaria” (1.5 puntos).

b) Analiza la situación de liquidez de la empresa a través del análisis de las siguientes ratios: (1) Liquidez, (2) Tesorería, y (3) Tesorería inmediata (0.5 puntos) valor entre 0.1 y 0.3. Esta ratio está dentro de los valores recomendados, la empresa tiene un disponible adecuado para emplear en el pago de sus deudas a corto plazo.

Solución:

a) Elaborar el balance por masas patrimoniales y calcular el importe de la cuenta "Maquinaria" (1.25 puntos).

ACTIVO		PN + PASIVO	
Activo no corriente	**146.750**	**Patrimonio Neto**	**100.000**
Aplicaciones informáticas	3.000	Capital	75.000
Terrenos y bienes naturales	20.000	Reserva Legal	25.000
Maquinaria	**55.750**	**Pasivo no corriente**	**70.000**
Equipos procesos de información	20.000	Proveedores de Inmovilizado a L/P	55.000
Edificios y otras construcciones	50.000	Deudas a largo plazo con entidades de crédito	15.000
Amortización acumulada del inmovilizado material	-2.000		
Activo corriente	**55.000**	**Pasivo corriente**	**31.750**
Existencias	*15.000*	Proveedores efectos a pagar	5.500
Mercaderías	15.000	H.P acreedora por conceptos fiscales	6.250
Realizable	*35.000*	Acreedores por prestación de servicios	15.000
Clientes	35.000	Deudas a corto plazo con entidades de crédito	5.000
Disponible	*5.000*		
Caja, euros	3.000		
Bancos c/c	2.000		
TOTAL	**201.750**	**TOTAL**	**201.750**

Para obtener el importe de la cuenta maquinaria partiremos de la ecuación fundamental del patrimonio: Activo = Patrimonio neto + Pasivo
146.000+ Valor Maquinaria=201.750
Valor Maquinaria = 201.750-146.000=**55.750 euros**

b) Comentar la situación de liquidez de la empresa a través del análisis de las siguientes ratios: (1) Liquidez, (2) Tesorería, y (3) Tesorería inmediata (0.75 puntos)

Ratio de liquidez: $= \frac{\text{AC}}{\text{PC}} = \frac{55.000}{31.750} = 1{,}73$

El ratio de liquidez indica que esta empresa puede hacer frente a sus deudas a corto plazo con la liquidez que obtendría de sus activos corrientes. Para alejarse del riesgo de suspensión de pagos esta ratio debe ser superior a 1, se recomienda valores comprendidos entre 1.5 y 2. En este caso, está dentro de los valores recomendados.

Ratio de tesorería: $= \frac{\text{R+D}}{\text{PC}} = \frac{40.000}{31.750} = 1{,}25$

El ratio de tesorería mide la distancia a la suspensión de pagos. En este caso la empresa podría hacer frente a sus pasivos corrientes con el dinero que obtenga del cobro del realizable y su disponible.

Se considera óptimo un valor aproximado a 1, entre 0.75 y 1. Un valor muy superior a 1 podría indicar un exceso de tesorería, en este caso no es muy elevado, pero la empresa podrá considerar una reducción del disponible o realizable.

Ratio de tesorería inmediata: $\frac{\text{D}}{\text{PC}} = \frac{5.000}{31.750} = 0{,}15$

Los fondos líquidos deben suponer como mínimo un 10% de las deudas a corto plazo, se recomienda un valor entre 0.1 y 0.3. Esta ratio está dentro de los valores recomendados, la empresa tiene un disponible adecuado para emplear en el pago de sus deudas a corto plazo.

Cuestión 1.2

NaturaBox, S.L. es una *startup* ubicada en La Rioja que fabrica envases para pequeñas cadenas de alimentación. En su segundo año de actividad, la empresa busca consolidarse en el mercado nacional y ha iniciado conversaciones con un posible distribuidor.

Con el objetivo de tomar decisiones estratégicas para su crecimiento, NaturaBox necesita analizar su rendimiento económico y financiero del último ejercicio. Durante este periodo, ha generado ingresos por ventas y ha incurrido en diversos gastos operativos y financieros.

La empresa cuenta con un activo total de 150.000 €, financiado en parte con fondos propios por valor de 100.000 € y el resto mediante deuda bancaria de 50.000 € a un tipo de interés del 4%.

Datos del ejercicio:

- Ingresos por ventas: 95.000 €
- Costes de materiales: 40.000 €
- Gastos de personal: 6.000 €
- Otros gastos de explotación: 4.000 €
- Suministros: 2.500 €
- Tipo impositivo sobre beneficios: 25 %

Se pide:

a) Calcular el BAIT, el BAT y el beneficio neto del ejercicio a partir de los datos proporcionados. (0.9 puntos).

b) Calcular la rentabilidad económica y la rentabilidad financiera de la empresa explicando su significado. (0.6 puntos).

c) Proponer una opción de financiación (propia o ajena) para una inversión de 30.000 € en una nueva línea de producción, justificando tu elección según los resultados obtenidos. (0.5 puntos).

Solución:

a) Calcular el BAIT, el BAT y el beneficio neto del ejercicio a partir de los datos proporcionados. (0.9 puntos)

Ingresos de la explotación	95.000
-Gastos de la explotación	-52.500 (40.000+6.000+4.000+2.500)
BAIT	**42.500**
-Intereses	-2.000 (50.000*0.04)
BAT	**40.500**
-impuestos	-10.125 (0,25*40.500)
Beneficio Neto	**30.375**

b) Calcular la rentabilidad económica y la rentabilidad financiera de la empresa explicando su significado. (0.6 puntos).

Rentabilidad Económica (RE) = $\frac{BAIT}{Activo\ total}$*100 =$\frac{42500}{150.000}$*100=28,33%

La rentabilidad económica mide la rentabilidad del activo sin tener en cuenta como se ha financiado. En este caso la empresa obtiene 28.33 euros de beneficio antes de intereses e impuestos por cada 100 euros invertidos en activos.

Rentabilidad Financiera (RF) =$\frac{BN}{Capital\ Propio}$*100 =$\frac{30.375}{100.000}$*100= 30,38%

La rentabilidad financiera mide la rentabilidad de los accionistas o el capital propio. En este caso la empresa obtiene 30.38 euros de beneficio neto por cada 100 euros de capital propio.

c) Proponer una opción de financiación (propia o ajena) para una inversión de 30.000 € en una nueva línea de producción, justificando tu elección según los resultados obtenidos. (0.5 puntos).

Desde el punto de vista económico, la rentabilidad económica (28,33%) es muy superior al tipo de interés de la deuda (4%). El efecto apalancamiento es positivo y aumentar el endeudamiento hará que aumente la rentabilidad financiera. Le aconsejaría financiación ajena.
Desde el punto de vista financiero, el ratio de endeudamiento está por debajo del 0,5, por lo cual la empresa puede financiarse con recursos ajenos.

.

PREGUNTA 2: Contestar una cuestión de la dos posibles. (2 puntos)

Cuestión 2.1

La empresa “RiojaTech Solutions, S.L.”, ubicada en Logroño (La Rioja) y especializada en el desarrollo de aplicaciones informáticas para empresas, ha cerrado el último ejercicio con un beneficio neto de 333.000 €. Durante este periodo, ha vendido 21.000 unidades de su producto principal, que tiene un coste variable unitario de 13 €. Además, la empresa soporta costes fijos por valor de 75.500 €.

La dirección quiere saber si el precio actual de venta es adecuado y necesita información para tomar decisiones estratégicas.

Se pide:

a) Calcular el precio al que se ha vendido el producto (0.5 puntos).

b) Considerando el precio resultante del apartado anterior, calcular el umbral de rentabilidad y explicar su significado (0.5 puntos por el cálculo numérico y 0.5 puntos por la explicación).

c) Representar gráficamente el umbral de rentabilidad (0.5 puntos).

Solución:

a) Beneficio = Ingresos – Costes Totales; Beneficio = p*Q – (CF+CVMe*Q)

333.000 = p*21.000 – (75.500 + 13*21.000)

333.000 = p*21.000 – 348.500

681.500 = p*21000; p = 681.500/21.000 = 32,45 euros

b) $Q0 = \frac{CF}{P-CVMe} = \frac{75.500}{32.45-13} = 3881.75\ unidades$

La empresa deberá vender 3.882 unidades para empezar a obtener beneficios.

El punto muerto indica el volumen de ventas que tiene que realizar la empresa para cubrir todos sus costes. En ese volumen de ventas sus beneficios son cero, la empresa ni gana ni pierde. A partir de ese punto, la empresa comienza a obtener beneficios, mientras que, por debajo de ese nivel, tendrá pérdidas.

.

c)



Cuestión 2.2

La empresa El Mirador valora acometer dos proyectos de inversión: Proyecto A y Proyecto B. El desembolso inicial es de 7.200 € para A y de 6.650 € para B.
Cada proyecto genera los flujos de caja anuales indicados en la tabla adjunta (Proyecto A y Proyecto B).

Proyecto	Año 1	Año 2
A	3.500€	8.200€
B	5.400€	1.200€

Como consultor financiero, tu misión es evaluar las inversiones y justificar la decisión con argumentos claros y datos precisos. Para ello:

a) Si se supone que la tasa de actualización es del 4%, calcular para los dos proyectos el Valor Actual Neto (VAN) e indicar razonadamente la preferencia en la elección de invertir en cada uno de estos proyectos (1 punto).

b) Calcular la Tasa Interna de Rendimiento (TIR) del proyecto A y determinar la conveniencia o no de llevarse a cabo, considerando que el coste de oportunidad es del 12% (1 punto)

Solución:

$$\text{a) } VAN = -A + \frac{Q_1}{(1+k)} + \frac{Q_2}{(1+k)^2} + \ldots\ldots\ldots + \frac{Q_n}{(1+k)^n}$$

$$VAN_A = -7.200 + \frac{3.500}{(1+0.04)} + \frac{8.200}{(1+0.04)^2} = 3.746.75\ € > 0$$

$$VAN_B = -6.650 + \frac{5.400}{(1+0.04)} + \frac{1.200}{(1+0.04)^2} = -348.22 < 0$$

La empresa nunca realizará el proyecto B, ya que su VAN es negativo, el valor de las entradas de dinero valoradas en el momento inicial es inferior al de las salidas de dinero valoradas también en el momento inicial. La empresa optará por la inversión A.

.

b) Calcular la Tasa Interna de Rendimiento (TIR) del proyecto A y determinar la conveniencia o no de llevarse a cabo, considerando que el coste de oportunidad es del 12% (1 punto)

TIR_A= r; $-7200 + \frac{3.500}{1+r} + \frac{8.200}{(1+r)^2} = 0$ Sustituimos 1+r =x

$$-7.200 + \frac{3.500}{x} + \frac{8.200}{x^2} = 0$$

35 82

$$-72 + \frac{}{x} + \frac{}{x^2} = 0$$ Mínimo común múltiplo x^2

Resolvemos la ecuación y obtenemos el valor de la X= 1,3375

1+r=x, luego r=1.3375-1=0.3375 o lo que es lo mismo **r=33.75%**

r(33.75%)>k(12%); la inversión interesa, ya que su rentabilidad es muy superior a la del mercado

PREGUNTA 3: Contesta dos cuestiones de la cuatro posibles. (2 puntos)

Cuestión 3.1 Explicar en qué consisten las empresas multinacionales y sus características más importantes.

Concepto.

Las empresas multinacionales son compañías formadas por una empresa matriz que cuenta con filiales que operan en diferentes países del mundo.

Características (2 características).

- La dirección de la empresa suele estar centrada en la matriz. Normalmente, las filiales operan según una estrategia común a nivel mundial.
- La dimensión de la empresa suele ser muy considerable. Las empresas multinacionales se caracterizan por amplias economías de escala. Además, suelen ser empresas innovadoras, fundamentalmente, debido a sus inversiones en investigación. Todo ello, permite el desarrollo de ventajas competitivas a nivel mundial.

Cuestión 3.2 Respecto a la estrategia de expansión de la dirección de crecimiento, explique la penetración de mercados y el desarrollo de mercados.

En la estrategia de crecimiento por expansión, la empresa intensifica el esfuerzo en sus productos actuales.

- Penetración de mercados: Consiste en aumentar las ventas de los productos actuales en los mercados habituales, por ejemplo, a través de campañas de promoción.
- Desarrollo de nuevos mercados: La empresa introduce sus productos actuales en nuevos mercados, por ejemplo, cuando las empresas del sector del calzado aumentan sus ventas a través de la exportación.

Cuestión 3.3 Explicar las fuerzas competitivas del sector siguiendo el modelo de M. Porter.

Las 5 Fuerzas de Porter son un modelo teórico que permite analizar y describir las fuerzas que rigen una industria. A continuación, se presentan cada una de las fuerzas (por enumerar y por explicar de forma breve):

- Poder de negociación de los clientes: Refiere a cuán fuerte es la posición de los compradores para negociar precios y/o condiciones con los vendedores. Les ayuda a entender cómo sus clientes pueden influir en la rentabilidad de su negocio.
- Poder de negociación de los proveedores: Se centra en el control que tienen los proveedores sobre factores como la calidad, cantidad y precio de los insumos. Puede determinar si su negocio tiene margen para negociar o enfrenta un mercado donde los proveedores tienen mayor poder.
- Amenaza de productos sustitutos: Se refiere a la probabilidad de que aparezcan productos o servicios que reemplacen a los actuales. Es importante estar alerta a las tendencias del mercado y los avances tecnológicos que puedan cambiar la demanda de los productos o servicios que ofrece su negocio.
- Amenaza de nuevos competidores: Evalúa el riesgo de que entren nuevos participantes en la industria, lo cual puede afectar su competitividad y rentabilidad. Hay que analizar las barreras de entrada y salida, y adaptarse a un entorno dinámico para mantenerse en la competencia.
- Rivalidad entre competidores existentes: Analiza la intensidad de la competencia en el mercado y cómo afecta su negocio. Cuanto mayor sea la rivalidad, más complicado será diferenciar su producto o servicio y obtener ventajas competitivas

Cuestión 3.4 Respecto al análisis DAFO, defina las fortalezas y debilidades y exponga un ejemplo de una fortaleza y una debilidad que considere que puede tener Mercadona.

Los elementos que componen el DAFO son cuatro y cada uno de ellos tiene su razón de ser. Pasamos a identificar las formalezas y debilidades:

- Fortalezas: aquellas que establecen tu fortaleza como negocio. Dónde están tus puntos fuertes, tu seguridad, qué destaca claramente de tu organización.
- Debilidades: son aquellos aspectos que hacen que tu proyecto no crezca lo que debería. Las limitaciones de las que somos conscientes (o no) y que debemos mejorar.

Mercadona

- Una de las mayores fortalezas de Mercadona es su extensa red de tiendas en toda España.
- La fuerte dependencia de Mercadona de sus productos de marca propia representa una posible debilidad.

PREGUNTA 4. Contesta una cuestión de la dos posibles. (1 Punto)

Cuestión 4.1 Sebastián y Marta cuentan con 25.000 euros y quieren montar un negocio de reparto de comida saludable a domicilio. No desean correr el riesgo de perder más que su aportación al negocio. Están dudando entre constituirse como una Sociedad Anónima o una Sociedad Limitada.

¿Cuál es la forma adecuada en este caso? Exponga las principales características (3 al menos) y un inconveniente de la sociedad elegida.

En primer lugar, habría que considerar que el capital mínimo de la Sociedad Anónima es de 60.000 euros. Como Sebastián y Marta únicamente cuentan con 25.000 euros deberían constituir una Sociedad de Responsabilidad Limitada.

En segundo lugar, y en relación a la Sociedad de Responsabilidad Limitada, se debería indicar algunas de sus características principales:

- Número de socios: mínimo de uno, sin existir límite máximo. En el caso de un único socio se crea una sociedad limitada unipersonal. Pueden ser personas físicas o jurídicas.
- Responsabilidad de los socios: solidaria entre ellos y limitada al capital aportado, de manera que los socios no responden ante las deudas con su patrimonio personal.
- Clase de socios: pueden ser socios trabajadores y/o socios capitalistas.
- Nombre o Denominación Social: deberá ser un nombre que nadie haya registrado antes (para lo que habrá que efectuar la pertinente consulta en el Registro Mercantil Central) seguido de la expresión Sociedad de Responsabilidad Limitada o de la abreviatura S.R.L. o de Sociedad Limitada o su respectiva abreviatura S.L.
- Capital social: el mínimo legal es de 1 euro, sin existir límite máximo. Puede estar formado por aportaciones monetarias (dinero) o en especie, como por ejemplo un ordenador, una furgoneta o cualquier otro bien, siendo necesario disponer de una valoración de ese bien aceptada por todos los socios fundadores.

Algunos inconvenientes:

- Las participaciones no son fácilmente transmisibles. Su venta queda regulada por los estatutos de la sociedad y la Ley, teniendo prioridad los restantes socios. Por tanto, no es una forma adecuada si se quiere captar a un gran número de inversores.

Cuestión 4.2 Defina la responsabilidad social de la empresa, explique la responsabilidad medioambiental y exponga un ejemplo de una actuación que realiza una empresa para cumplir con la responsabilidad medioambiental.

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se define como la contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y medioambiental de las empresas. Su objetivo es mejorar la situación financiera de las empresas en equilibrio con la sociedad y el medio ambiente.

La responsabilidad medioambiental de las empresas hace referencia a la obligación que tienen las organizaciones de gestionar su impacto ambiental y de asumir las consecuencias que sus actividades provocan en el entorno. Un ejemplo de actuación medioambiental responsable puede ser que una empresa genere electricidad mediante paneles solares.

PREGUNTA 5. Contesta una cuestión de la dos posibles. (1 Punto)

Cuestión 5.1 Respecto al marketing mix: (1) defina la variable producto: (2) enumere y explique las fases del ciclo de vida de un producto.

(1) Definición de producto.

El producto es todo bien o servicio que se ofrece en un mercado para satisfacer una necesidad o resolver un problema.

(2) Fases del ciclo de vida el producto.

Todos estos tipos de productos, a su vez pasan, por un ciclo de vida que tiene cuatro etapas: Nacimiento, Crecimiento, Madurez, Declive.

- Introducción. Se refiere al punto de partida del producto, es el momento en el que comienza su vida comercial. Esta es una etapa crítica en el ciclo de vida de cualquier producto, ya que por ser nuevo en el mercado corre el riesgo de que, debido a su novedad y desconocimiento por parte de los consumidores, las ventas sean bajas. El objetivo de esta etapa es la expansión del mercado y llegar al mayor número de clientes posible, por lo que es necesario implementar estrategias de publicidad y mercadotecnia eficaces, así como tácticas de distribución adecuadas.

- Crecimiento. En esta fase del ciclo de vida del producto se pueden ver reflejados aumentos en las ventas. Gracias a los esfuerzos establecidos en la primera etapa de introducción, los consumidores han sido atraídos de manera positiva al producto y lo están consumiendo favorablemente. Esta etapa se caracteriza por la rentabilidad positiva, pero también por la competitividad. Por ello suele ser un momento muy intenso, en el que es necesario impulsar el producto y adaptarlo de modo que continúe creciendo en el proceso, por lo que es esencial implementar estrategias para diferenciar el producto y posicionar la marca.

Madurez. Cuando el producto llega a la etapa de madurez significa que está en un punto de estabilidad. Es la fase más larga del ciclo de vida de un producto y representa también un mayor reto para colocar el producto, ya que los competidores también han llegado al mismo lugar. Aunque las ventas siguen creciendo, los beneficios empiezan a descender al igual que los precios. En este momento es importante centrarse en conseguir la lealtad de la marca y buscar nuevos usos al producto para alargar su ciclo de vida.

- Declive. Esta es la etapa del ciclo de vida del producto previa a su desaparición. Las ventas disminuyen de manera considerable, al igual que la competencia, lo que significa que hay poca demanda del producto. Los precios tienden a estabilizarse o aumentan si la demanda se incrementa de nuevo. Es importante notar cuando un producto ha llegado a esta fase y eso se percibe cuando han aparecido productos similares a un precio más bajo o los avances tecnológicos han vuelto obsoleto el producto. La clave en esta etapa es mantener la fidelidad de los clientes que continúan adquiriendo el producto y tomar la decisión comercial de renovarlo o suprimirlo.

Cuestión 5.2 Explicar en qué consiste la segmentación de mercados y señalar los criterios y variables de segmentación de mercados más utilizados.

La segmentación de mercados consiste en seccionar al mercado objetivo en grupos más pequeños que comparten características similares, como edad, ingresos, rasgos de personalidad, comportamiento, intereses, necesidades o ubicación.

Existen diferentes tipos de segmentación de mercados. A continuación, describimos alguno de ellos (3 criterios):

- Segmentación geográfica. La segmentación geográfica consiste en crear diferentes grupos de clientes en función de los límites geográficos.
- Segmentación demográfica. La segmentación demográfica consiste en dividir el mercado a través de diferentes variables como la edad, género, nacionalidad, nivel educativo, tamaño de la familia, ocupación, ingresos, etc.
- Segmentación psicográfica. La segmentación psicográfica consiste en agrupar al público objetivo basándote en su comportamiento, en su estilo de vida, en sus actitudes e intereses.
- Segmentación conductual. La segmentación conductual se centra en reacciones específicas, es decir los comportamientos, patrones y la forma en que los clientes pasan por sus procesos de toma de decisiones y compras.

PREGUNTA 6. Contesta una cuestión de la dos posibles. (1 Punto)

*****Cuestión 6.1*** *Explicar el concepto de autofinanciación de la empresa y comenta sus principales ventajas como fuente de financiación.*

La autofinanciación o financiación interna es cuando la empresa utiliza solo los recursos provenientes de su propia actividad para realizar inversiones. Es decir, se prescinde de los fondos externos.

Entre las ventajas de la autofinanciación destacan. (2 ventajas):

- Se reducen los gastos financieros (pago de intereses).
- Mejora la solvencia financiera de la empresa. Con mayores fondos propios, la entidad será más fiable ante potenciales acreedores.

Cuestión 6.2 Explicar los factores de motivación según la teoría de Maslow.

La Jerarquía de las Necesidades es un modelo visual que Maslow utilizó para representar su teoría de la motivación. Se popularizó a través de la pirámide de cinco niveles, que organiza las necesidades humanas desde las más básicas hasta las más complejas. Estos niveles son:

- Necesidades fisiológicas: Relacionadas con la supervivencia física (alimentación, agua, sueño).
- Necesidades de seguridad: Protección contra peligros físicos y estabilidad emocional.
- Necesidades sociales: Búsqueda de amor, afecto y pertenencia a un grupo.
- Necesidades de estima: Respeto propio y reconocimiento de los demás.
- Autorrealización: La realización del propio potencial y el crecimiento personal.

Este modelo sugiere que las necesidades deben satisfacerse en este orden progresivo. Sin embargo, la pirámide es una representación simplificada de la teoría de la motivación humana que a menudo conduce a confusión.

PREGUNTA 7. Contestar a una de las siguientes cuestiones. (1 Punto)

Cuestión 7.1 Imagina que estás creando una aplicación móvil para el aprendizaje de idiomas dirigido a niños. Utilizando el modelo Canvas, completa los dos siguientes apartados: (1) Propuesta de Valor y (2) Actividades clave.

(1) Propuesta de Valor (dar 3 respuestas)

- Aprendizaje divertido y motivador: mini-juegos, historias y recompensas que enganchan.
- Contenido adaptado por edad y nivel: rutas personalizadas y progreso visible para el niño.
- Segura y sin distracciones: sin chats abiertos, control parental y protección de datos.

(2) Actividades Clave (dar 3 respuestas)

- Diseño pedagógico y creación de contenidos: lecciones, juegos, audios y ilustraciones adaptadas a niños.
- Desarrollo y mantenimiento de la app: iOS/Android, corrección de errores y mejoras.
- Gamificación y personalización: sistemas de puntos, niveles, retos y adaptación al ritmo del niño.