



GUÍA DE CALIFICACIÓN DE LA MATERIA

EMPRESA Y DISEÑO DE MODELOS DE

NEGOCIO

PAU CURSO 2025-2026

Índice:

1. Introducción.
2. Normativa aplicable.
3. Criterios de corrección y calificación:
 - 3.1 Criterios generales de corrección y calificación.
 - 3.2 Criterios específicos de corrección y calificación.
4. Criterios específicos para el alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo.
5. Ejemplo de ejercicio:
 - 5.1. Estructura del ejercicio.
 - 5.2. Matriz de especificaciones.
 - 5.3. Modelo de examen.
 - 5.4. Solucionario del modelo propuesto.
6. Ponderación de las preguntas.
7. Instrumentos de evaluación.
8. Materiales auxiliares permitidos para el examen.

1. Introducción

El Real Decreto 534/2024, de 11 de junio, por el que se regulan los requisitos de acceso a las enseñanzas universitarias oficiales de Grado, las características básicas de la prueba de acceso y la normativa básica de los procedimientos de admisión (BOE de 12 de junio) en su artículo 18 establece lo siguiente:

“4. Al inicio de cada curso escolar, la comisión organizadora hará públicos los criterios de organización, la estructura básica de los ejercicios y los criterios generales de evaluación.

5. La comisión organizadora elaborará una guía de calificación de cada ejercicio. La guía incluirá, necesariamente, los criterios de corrección y calificación; los criterios específicos para el alumnado con necesidad específica de apoyo educativo, en los casos en que corresponda; la ponderación de cada una de las preguntas; así como los instrumentos de evaluación que se consideren necesarios para valorar objetivamente las posibles respuestas dadas por el alumnado.”

El Decreto 3/2024, de 30 de enero, por el que se establece en el ámbito de la Comunidad Autónoma de La Rioja, la coordinación del procedimiento ordinario de acceso a la universidad (BOR de 1 de febrero), establece en sus artículos 11 y 12 las funciones de los coordinadores de materia de enseñanza universitaria y de los coordinadores de materia de bachillerato, entre las que destacan:

- Definir, conforme a la normativa estatal, la estructura de las propuestas de examen de la materia correspondiente.
- Establecer, en concordancia con los criterios generales establecidos por la Comisión Organizadora y por la normativa estatal, los criterios para la elaboración de las propuestas de examen de la materia correspondiente.
- Elaborar las pruebas sobre su materia que se les requieran desde la Comisión Organizadora. Estas pruebas estarán de acuerdo con los criterios generales que dicha Comisión determine, así como con los criterios específicos establecidos para la materia y deberá ajustarse a las características, diseño y contenido establecido por la normativa estatal.
- Definir, en concordancia con los criterios generales establecidos por la Comisión Organizadora y la normativa estatal, los criterios específicos de evaluación de las pruebas de la materia correspondiente.

Para cumplir con lo establecido en el Real Decreto 534/2024 se procede a la elaboración de esta guía por los coordinadores de materia de universidad y de bachillerato de manera consensuada con los profesores de 2º de bachillerato que imparten la materia en los centros educativos de la Comunidad Autónoma de La Rioja.

Las preguntas o tareas que conformen la prueba conectan, a través de los saberes básicos de la materia, con las competencias específicas del currículo establecido en el Real Decreto 243/2022, de 5 de abril, por el que se establecen la ordenación y las enseñanzas mínimas del Bachillerato (BOE de 06 de abril) así como con el desarrollo específico recogido en el Decreto 43/2022, de 20 de julio, por el que se establece el currículo de Bachillerato y se regulan determinados aspectos sobre su organización, evaluación, promoción y titulación en la Comunidad Autónoma de La Rioja (BOR, 22 de julio de 2022).

2. Normativa aplicable

Las características básicas de la prueba de acceso a la universidad han sido establecidas por el Real Decreto 534/2024, de 11 de junio, por el que se regulan los requisitos de acceso a las enseñanzas universitarias oficiales de Grado, las características básicas de la prueba de acceso y la normativa básica de los procedimientos de admisión, dando cumplimiento así al mandato recogido en el artículo 38 de la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, modificada por la Ley Orgánica 3/2020, de 29 de diciembre.

Ha quedado derogado el Real Decreto 310/2016, de 29 de julio, por el que se regulan las evaluaciones finales de Educación Secundaria Obligatoria y de Bachillerato y el Real Decreto 412/2014, de 6 de junio, por el que se establece la normativa básica de los procedimientos de admisión a las enseñanzas universitarias oficiales de Grado.

El Real Decreto 534/2024, de 11 de junio, establece en su artículo 13, las características básicas de los ejercicios de los que consta la prueba, y entre ellos cabe destacar como novedosos, los recogidos en los siguientes apartados:

- Apartados 1 y 2. Los ejercicios deberán tener un diseño competencial, requerirán del alumnado creatividad y capacidad de pensamiento crítico, reflexión y madurez en la resolución por escrito de una serie de preguntas o tareas adecuadas a las competencias específicas evaluadas.
- Apartado 3. En consonancia con la definición de las competencias clave establecida en el anexo I del Real Decreto 243/2022, de 5 de abril, las preguntas o tareas se contextualizarán en entornos artísticos, científicos, humanísticos y tecnológicos y, preferentemente, en entornos próximos a la vida del alumnado.
- Apartado 6. Los ejercicios podrán estar estructurados en diferentes apartados, que, a su vez, podrán contener una o varias preguntas o tareas. Estas podrán requerir respuestas cerradas, semiconstruidas o abiertas, siempre que en cada uno de los ejercicios la puntuación asignada al total de preguntas o tareas de respuesta abierta y semiconstruida alcance como mínimo el 70 por ciento.
- Apartado 7. En cada materia se hará entrega de un único modelo de ejercicio. Sin embargo, si se estima conveniente, en algunos apartados, se podrá incluir la posibilidad de elegir entre varias preguntas o tareas. Esta elección no podrá implicar en ningún caso la disminución del número de competencias específicas objeto de evaluación
- Apartado 10. En todos los ejercicios se incluirá información para el alumnado sobre los criterios de corrección y calificación. Estos criterios incluirán, entre otros, parámetros que permitan valorar los siguientes aspectos:
 - a) la adecuación a lo solicitado en el enunciado,
 - b) la coherencia, la cohesión, la corrección gramatical, léxica y ortográfica de los textos producidos, así como su presentación.

3. Criterios de corrección y calificación

3.1. Criterios generales de corrección y calificación.

En el examen de Empresa y Diseño de Modelos de Negocio de la prueba de acceso a la Universidad se ponderará específicamente la capacidad expresiva y la corrección idiomática de los estudiantes, y para ello se tendrá en cuenta:

1. La corrección ortográfica (grafías, tildes y puntuación).
2. La coherencia, la cohesión, la corrección gramatical, la corrección léxica de los textos producidos, así como su presentación.

Las penalizaciones por errores se aplicarán atendiendo a los siguientes criterios. El corrector marcará los errores en el ejercicio y especificará claramente la deducción efectuada en la nota global en relación con los dos criterios anteriores, recordando que la penalización nunca podrá ser superior a un punto.

La máxima deducción global en el ejercicio será un punto de la forma siguiente:

- Los dos primeros errores ortográficos no se penalizarán. Cuando se repita la misma falta de ortografía se contará como una sola.
- A partir de la tercera falta de ortografía se deducirán -0,10 hasta un máximo de un punto.
- Por errores en la redacción, falta de coherencia, cohesión, corrección léxica, vocabulario y la presentación se podrá deducir un máximo de medio punto.

Obsérvese que en aquellos casos en los que la suma de las deducciones anteriores sea superior a un punto, esta será la máxima permitida: un punto.

3.2. Criterios específicos de corrección y calificación

En la valoración del examen se tendrán en cuenta los siguientes aspectos:

- La precisión y claridad conceptual de cada una de las respuestas.
- El uso correcto del vocabulario específico, así como la claridad en los razonamientos expuestos. Las respuestas deben presentar una estructura lógica, con argumentos bien fundamentados y coherentes.
- En las preguntas en las que se desarrollan problemas, la aplicación adecuada de las técnicas solicitadas y la explicación correcta de los resultados obtenidos y sus relaciones. En este caso, los errores de cálculo se considerarán leves, salvo en el caso de que sean desorbitados y el estudiante no razone ese resultado.
- Los errores cometidos en un apartado, por ejemplo, en el cálculo de una magnitud, no se tendrán en cuenta en la calificación de los desarrollos posteriores que pueden verse afectados.

4. Criterios específicos para el alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo

La Comisión Organizadora determinará las medidas oportunas que garanticen que el alumnado que presente algún tipo de necesidad específica de apoyo educativo y así lo acredite, pueda realizar la prueba en las debidas condiciones de igualdad.

En todo caso, la determinación de dichas medidas se hará basándose en las adaptaciones curriculares realizadas para el mismo, a lo largo de la etapa educativa anterior, las cuales estarán debidamente informadas por los correspondientes servicios de orientación.

5. Ejemplo de ejercicio

5.1. Estructura del ejercicio

El examen consta de siete preguntas. Las dos primeras, de carácter competencial, ponderan en conjunto el 40% de la nota. Serán problemas.

Las cinco restantes serán preguntas abiertas, con la puntuación indicada en este documento.

PREGUNTA 1: BLOQUE B. Elegir una cuestión de las dos posibles (2 puntos). Cuestión 1.1.

Problema Balance

Cuestión 1.2. Problema de Cuenta de Resultados o Pérdidas y Ganancias PREGUNTA 2:

BLOQUE B. Elegir una cuestión de las dos posibles (2 puntos). Cuestión 2.1 Problema punto muerto o producir o comprar

Cuestión 2.2 Problema selección de inversiones

PREGUNTA 3: BLOQUE D. Elegir dos cuestiones de la cuatro posibles (2 puntos, 1 punto cada cuestión).

Cuestión 3.1

Cuestión 3.2

Cuestión 3.3

Cuestión 3.4

PREGUNTA 4. BLOQUE A. Elegir una cuestión de las dos posibles (1 punto). Cuestión 4.1

Cuestión 4.2

PREGUNTA 5. BLOQUE B. MARKETING. Elegir una cuestión de la dos posibles (1 punto).

Cuestión 5.1

Cuestión 5.2

PREGUNTA 6. BLOQUE B. FUNCIÓN FINANCIERA/GESTIÓN DE RECURSOS

HUMANOS. Elegir una

cuestión de la dos posibles (1 punto). Cuestión 6.1 Función Financiera.

Cuestión 6.2 Gestión de Recursos Humanos

PREGUNTA 7. BLOQUE C. Elegir una cuestión de dos posibles (1 punto). Cuestión 7.1

Cuestión 7.2

5.2. Matriz de especificaciones

Saberes básicos	Porcentajes	Concreciones/referentes	Criterios de evaluación
A. La empresa y su entorno. - El empresario. El emprendedor. Perfiles. - La empresa. Clasificación. Localización y dimensión de la empresa. Marco jurídico que regula la actividad empresarial. - El entorno empresarial. Responsabilidad social corporativa. Mujer y emprendimiento. Inclusión y emprendimiento. - La empresa, digitalización e innovación. I+D+I. Teorías de la innovación. Tipos de innovación. Tendencias emergentes. Estrategias de innovación.	10	- La empresa: definición, objetivos y función. La creación de valor (sistema de valor). Áreas funcionales. - Clasificación de las empresas. - Naturaleza de la actividad económica. - Dimensión (criterios de medición, solo cifras del número de trabajadores). - Propiedad del capital. - La forma jurídica de la empresa: empresario individual y sociedades: anónimas, limitadas, laborales (S.A.L. y S.L.L.), cooperativas, (características principales, requisitos, denominación y responsabilidad. No entran en examen los órganos). - El empresario y sus perfiles: - El empresario director (Marshall). - Teoría de empresario-riesgo ("knighth"). - Teoría del empresario innovador (Schumpeter). - El empresario en la realidad actual. - Responsabilidad social de la empresa: externalidades de la actividad empresarial, responsabilidad medioambiental, ética empresarial.	1.1. Comprender la importancia de la actividad empresarial y el emprendimiento dentro de la economía actual, reconociendo el poder de transformación que ejercen en la sociedad y reflexionando sobre el valor la innovación y la digitalización. 1.2. Analizar el papel de la I+D+I en el desarrollo social y empresarial, identificando nuevas tendencias y tecnologías que tienen un alto impacto en la economía. 2.1. Valorar la capacidad de adaptación ágil, responsable y sostenible de las empresas a los cambios del entorno y a las exigencias del mercado investigando el entorno económico y social y su influencia en la actividad empresarial. 2.2. Conocer los distintos tipos de empresa, sus elementos y funciones, así como las formas jurídicas que adoptan, relacionando con cada una de ellas las responsabilidades legales de sus propietarios y gestores y las exigencias de capital. 2.3. Identificar y analizar las características del entorno en el que la empresa desarrolla su

Saberes básicos	Porcentajes	Concreciones/referentes	Criterios de evaluación
			actividad, explicando, a partir de ellas, las distintas estrategias y decisiones adoptadas y las posibles implicaciones sociales y medioambientales de su actividad. 3.1 Proponer un modelo de negocio o de gestión diferenciado que permita dar respuesta a las necesidades actuales, comparando distintos modelos y utilizando estrategias y herramientas de diseño creativo

Saberes básicos	Porcentajes	Concreciones/referentes	Criterios de evaluación
B. El modelo de negocio y de gestión. - Empresa y modelo de negocio. - La función comercial. Segmento de clientes. La propuesta de valor. Canales. Relaciones con clientes. Fuentes de ingresos. Estrategias de marketing. - La función productiva. Proceso productivo. Eficiencia y productividad. Actividades clave. Recursos clave. Asociaciones clave. Estructura de costes: clasificación y cálculo de costes. Punto muerto o umbral de rentabilidad. - Gestión de los recursos humanos. Formación y funcionamiento de equipos ágiles. Habilidades que demanda el mercado de trabajo. La contratación y las relaciones laborales de la empresa. Las políticas de igualdad y de inclusión en las empresas. - La función financiera. Estructura económica y financiera. Inversión.	60	LA FUNCIÓN PRODUCTIVA - La función productiva de la empresa. Eficiencia y productividad (ratio de productividad de un factor). - Los costes en la producción, concepto y clasificación: costes directos, indirectos, fijos, variables, totales, medios. Representación gráfica simplificada de las funciones de costes totales, variables y fijos. - Los beneficios como diferencia entre ingresos y costes ($B^{\circ} = I - C$). El punto muerto o umbral de rentabilidad de la empresa (cálculo y alternativa de producir o comprar). LA FUNCIÓN COMERCIAL - ¿Qué es marketing? Concepto y naturaleza del marketing. Evolución del marketing: enfoque producto, enfoque ventas, enfoque marketing: marketing relacional y marketing holístico. Gestión de marketing: marketing estratégico y marketing operativo. - Identificación de los elementos clave de la estrategia de marketing: - Investigación de mercados. Etapas y métodos de obtención de información primaria. - Segmentación y elección del público objetivo: criterios y variables de segmentación de mercados, estrategias de segmentación y posicionamiento. - Estrategias del marketing-mix.	3.2 Analizar las características organizativas y funcionales de la empresa, analizando a partir de ellas, las decisiones de planificación, gestión y optimización de actividades, recursos y asociaciones clave del modelo de negocio. 3.3 Analizar y tomar decisiones sobre los procesos productivos desde la perspectiva de la eficiencia y la productividad, definiendo el soporte necesario para hacer realidad el modelo de negocio. 3.4 Analizar las características del mercado y explicar, de acuerdo con ellas, la propuesta de valor, canales, relaciones con clientes y fuentes de ingresos del modelo de negocio. 4.1 Gestionar eficazmente la información y facilitar el proceso de toma de decisiones a partir de la información obtenida tanto en el ámbito interno como externo de la empresa y aplicando estrategias y nuevas fórmulas comunicativas. 4.2 Seleccionar estrategias de comunicación aplicadas al mundo empresarial, utilizando nuevas fórmulas comunicativas que faciliten

Saberes básicos	Porcentajes	Concreciones/referentes	Criterios de evaluación
Valoración y selección de inversiones. Recursos financieros. Análisis de fuentes alternativas de financiación interna y externa. Análisis de resultados: estudio de mercado, análisis e interpretación de la información contable y análisis de estados financieros. - La información en la empresa: obligaciones contables. Composición y valoración del patrimonio. Cuentas anuales e imagen fiel. Elaboración de balance y cuenta de pérdidas y ganancias		- Estrategia de producto. Concepto de producto. Marca, envase y etiqueta. Ciclo de vida del producto. - Estrategia de precio. Concepto. Métodos de fijación de precios: en función de los costes, la demanda y la competencia. - Estrategia de distribución comercial. Concepto. Canales de distribución e intermediarios. - Estrategia de comunicación o promoción. Concepto. Mix de comunicación: publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas y venta personal	la gestión eficaz de la información y la transmisión de la misma a otros. 4.3 Exponer el proyecto de modelo de negocio llevado a cabo utilizando las herramientas necesarias que permitan despertar el interés y cautivar a los demás con la propuesta de valor presentada.

Saberes básicos	Porcentajes	Concreciones/referentes	Criterios de evaluación
		LA INFORMACIÓN EN LA EMPRESA - Obligación de información de la empresa. La composición del patrimonio y su valoración (no profundizar en la valoración): elementos y masas patrimoniales. Las cuentas. - Las cuentas anuales: balance, cuenta de pérdidas y ganancias, memoria (no proceso contable, sí agrupar por masas y analizar). - Elaboración del balance: activo, patrimonio neto y pasivo. - Análisis de la cuenta de resultados. - Análisis e interpretación de la información contable: - Situaciones y equilibrios patrimoniales. Fondo de Maniobra o Capital Circulante. Suspensión de pagos y quiebra (sólo patrimonialmente). - Ratios de análisis económico-financiero (fotocopia). - Periodo medio de maduración (económico y financiero). - Rentabilidad económica y financiera (teoría y cálculo práctico).	5.1 Validar la propuesta de modelo de negocio diseñado dentro de un contexto determinado, definiéndolo a partir de las tendencias clave del momento, la situación macroeconómica, el mercado y la competencia, comprendiendo todo el proceso llevado a cabo y aplicando técnicas de estudio previsional y herramientas de análisis empresarial. 5.2 Determinar previsionalmente la estructura de ingresos y costes, calculando su beneficio y umbral de rentabilidad, a partir del modelo de negocio planteado. 5.3 Elaborar un plan de negocio básico sobre un escenario simulado concreto, justificando las decisiones tomadas. 5.4 Analizar y explicar la situación económico-financiera, a partir de la información recogida tanto en el balance como en la cuenta de pérdidas y ganancias e indicando las posibles soluciones a los desequilibrios encontrados.

Saberes básicos	Porcentajes	Concreciones/referentes	Criterios de evaluación
		LA FUNCIÓN FINANCIERA - La estructura económica de la empresa. Concepto y clases de inversión. Criterios de selección de inversiones: - Criterios estáticos: flujo neto de caja total, flujo neto de caja medio anual, "pay-back". - Criterios financieros: VAN, TIR (aplicación a dos periodos). - La estructura financiera de la empresa. Concepto y fuentes de financiación: - Financiación interna o autofinanciación. - Fuentes de financiación externa: - Concepto de acción y características principales. Ampliación de capital. - El empréstito. Obligación: concepto y características (comparación entre acciones y obligaciones). - La financiación bancaria: crédito, préstamo, descuento de efectos. "Leasing", "factoring" y tarjetas de crédito (conceptos). GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS. - La motivación humana: teorías de Maslow y Herzberg. - Habilidades que demanda el mercado de trabajo: La importancia de las habilidades blandas, los equipos ágiles.	

Saberes básicos	Porcentajes	Concreciones/referentes	Criterios de evaluación
C. Herramientas para innovar en modelos de negocio y de gestión. - El lienzo de modelo de negocio y de gestión: concepto, áreas, bloques, utilidad y patrones de modelos de negocio. - Creatividad aplicada al diseño de modelo de negocio y de gestión. El proceso de creatividad: divergencia y convergencia. Dinámicas de generación de nuevas ideas de modelos de negocio. - Competencia y nichos de mercado. - Herramientas de organización de ideas: Pensamiento Visual o Visual Thinking. Capacidad de síntesis. Ideación. Comunicación. - Prototipado: concepto y utilidad. Posibilidades de prototipado: bienes, servicios y aplicaciones. - Herramientas de presentación de un proyecto o de una idea.	10	- Importancia de la innovación: I+D+i. Tipos de innovación: de producto, de proceso, de modelo de negocio, de la organización, de marketing. - Innovación de modelo de negocio: Modelo "Canvas". - La validación del modelo de negocio: Lean Startup. Concepto. - Patrones de modelos de negocio: multicomponente, "freemium", larga cola, cebo y anzuelo, de suscripción, "eyesballs", productos virtuales, artesano, "peer to peer".	

Saberes básicos	Porcentajes	Concreciones/referentes	Criterios de evaluación
Metodología: narración de historias o storytelling y el discurso en el ascensor o elevador pitch. Otras metodologías. - Escenarios: exploración de ideas, escenarios futuros y nuevos modelos de negocio. - Otras herramientas para innovar en modelos de negocio y de gestión.			

Saberes básicos	Porcentajes	Concreciones/referentes	
D. Estrategia empresarial y métodos de análisis de la realidad empresarial: estudio de casos y simulación - Análisis del entorno. Entorno general o macroentorno: político, económico, sociocultural y tecnológico. Entorno específico.: cinco fuerzas competitivas de Porter. Oportunidades y amenazas. - Evaluación previa de modelos de negocio: análisis DAFO. - Validación del modelo de negocio. Lean Startup. Desarrollo de clientes. Desarrollo de producto ágil. - Protección de la idea, del producto y de la marca. - Toma de decisiones. Estrategias. Simulación en hoja de cálculo. Redacción de un plan de negocios básico.	20	- Análisis estratégico externo. Entorno general o macroentorno: político, económico, sociocultural y tecnológico. Entorno específico: cinco fuerzas competitivas de Porter. Oportunidades y amenazas. - Análisis estratégico interno: Debilidades y Oportunidades. Matriz DAFO. - La estrategia competitiva de la empresa (liderazgo en costes, diferenciación, segmentación del mercado.) - Factores de localización y dimensión de la empresa. - Las PYMES: características, ventajas e inconvenientes. - El crecimiento de la empresa. - Dirección del crecimiento (Matriz de Ansoff): a) Expansión/especialización: penetración de mercados, desarrollo de mercados y desarrollo de productos. b) Diversificación: relacionada y no relacionada. - Métodos de crecimiento: - Crecimiento interno. - Crecimiento externo: fusiones y adquisiciones. - Cooperación: concepto y tipología (productiva, comercial y tecnológica). La franquicia. - Internacionalización de la empresa y globalización. La empresa multinacional: concepto, características, aspectos positivos y negativos.	

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:

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

- 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).
- 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:

- Elaborar el balance por masas patrimoniales y calcular el importe de la cuenta “Maquinaria” (1.5 puntos).
- 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
<u>Existencias</u>	<u>15.000</u>	Proveedores efectos a pagar	5.500
Mercaderías	15.000	H.P acreedora por conceptos fiscales	6.250
<u>Realizable</u>	<u>35.000</u>	Acreedores por prestación de servicios	15.000
Clientes	35.000	Deudas a corto plazo con entidades de crédito	5.000
<u>Disponible</u>	<u>5.000</u>		
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)

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

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.

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

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.

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

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).

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

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.

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

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:

- Calcular el precio al que se ha vendido el producto (0.5 puntos).
- 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).
- Representar gráficamente el umbral de rentabilidad (0.5 puntos).

Solución:

$$a) \text{ Beneficio} = \text{Ingresos} - \text{Costes Totales}; \text{ Beneficio} = p \cdot Q - (CF + CVMe \cdot Q)$$

$$333.000 = p \cdot 21.000 - (75.500 + 13 \cdot 21.000)$$

$$333.000 = p \cdot 21.000 - 348.500$$

$$681.500 = p \cdot 21.000; \quad p = 681.500 / 21.000 = 32,45 \text{ euros}$$

$$b) Q_0 = \frac{CF}{p - CVMe} = \frac{75.500}{32,45 - 13} = 3881,75 \text{ unidades}$$

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:

- 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).
- 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:

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

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

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

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)

$$\begin{aligned} \text{TIR}_A = r; \quad & -7200 + \frac{3.500}{1+r} + \frac{8.200}{(1+r)^2} = 0 \quad \text{Sustituimos } 1+r = x \\ & -7.200 + \frac{3.500}{x} + \frac{8.200}{x^2} = 0 \\ & \quad \quad \quad 35 \quad 82 \\ & -72 + \frac{35}{x} + \frac{82}{x^2} = 0 \quad \text{Mínimo común múltiplo } x^2 \end{aligned}$$

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 fortalezas 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 basándose 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.

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

- Investigación: generar nuevo conocimiento científico o técnico.
- Desarrollo: aplicar ese conocimiento para crear o mejorar productos/procesos prototipados.
- Innovación: introducir con éxito esas mejoras en el mercado o en la empresa.

Es clave para la competitividad porque permite diferenciar productos, mejorar la calidad, reducir costes y aumentar la productividad. Además, ayuda a adaptarse a cambios tecnológicos, abrir nuevos mercados y crear ventajas sostenibles (patentes, know-how), impulsando el crecimiento a largo plazo.

6. Ponderación de las preguntas

El examen consta de siete preguntas. Las dos primeras, de carácter competencial, ponderan en conjunto el 40% de la nota. Serán problemas.

Preguntas tipo problemas:

Bloque B: 2 puntos. Bloque B: 2 puntos. Preguntas abiertas:

Bloque D: 2 puntos. Bloque A: 1 punto.

Bloque B (Marketing) 1 punto.

Bloque B (Función Financiera / Gestión de Recursos Humanos) 1 punto. Bloque C: 1 punto.

7. Instrumentos de evaluación

La evaluación se realizará mediante el solucionario que se entregará a los correctores. Antes de la corrección se analizarán todas las preguntas entre los coordinadores y los correctores por si hubiese que incluir algún matiz o diferentes puntos de vista que no estuviesen en las respuestas del solucionario.

8. Materiales auxiliares permitidos para el examen

Se permitirá el uso de calculadoras. Se puede consultar el listado de calculadoras permitidas en el siguiente [Listado de calculadoras](#)

No se permite el préstamo de materiales (ni bolígrafos, ni tipex, ni materiales auxiliares) entre el alumnado, durante el examen.