

---

### OPCIÓN A

---

**1. Enumere las etapas de la vida de un producto (1 punto). Explique cuáles son las características que las definen a cada una de ellas (1 punto).**

#### **Etapas en la vida de un producto**

Las cuatro etapas son las siguientes:

- **Etapas de introducción:** Es el momento en el que el producto se introduce en el mercado. El volumen de ventas es bajo, dado que aún no es conocido en el mercado. Los costes son muy altos y los beneficios inapreciables. En esta etapa es muy importante invertir en promocionar el producto.
- **Etapas de crecimiento:** En esta etapa aumentan las ventas, al aumentar el interés del cliente. Los beneficios empiezan a crecer y el producto necesita mucho apoyo para mantenerse.
- **Etapas de madurez:** El crecimiento de las ventas se ralentiza y estabiliza en el mercado. El producto está asentado y consolidado en el mercado y los beneficios son altos.
- **Etapas de declive:** Las ventas comienzan a decrecer significativamente y el producto se prepara para salir del mercado normalmente ya saturado. La causa principal suele ser la obsolescencia.

**2. Defina el concepto de internacionalización (1 punto). Indique y explique qué problemas se podría encontrar una empresa que siempre ha vendido sus productos en España, si decide comenzar el proceso de la internacionalización en Japón (1 punto).**

La internacionalización o globalización es el fenómeno por el que todas las economías mundiales están relacionadas, por la reducción de las barreras al comercio y la generalización de las inversiones en cualquier país. En este proceso de globalización destacan las empresas multinacionales que operan en varios países y consiguen fuertes economías de escala es decir grandes bajadas en el coste medio. Una empresa que siempre ha vendido sus productos en España puede tener que adaptarse a una cultura muy diferente como es la de Japón. otra dificultad que se encontrará será el sistema legislativo y el sistema laboral. será muy importante el estudio de todas estas variables para poder tener éxito en la internacionalización en Japón.

**3 Una empresa, cuya actividad principal consiste en la comercialización de electrodomésticos ofrece la siguiente información: Número de veces que, en el año, se renovaron las existencias: 15 veces**

**Período medio de cobro: 50 días**

**Período medio de pago: 30 días**

**Considerar que el año comercial tiene 360 días.**

**Se pide:**

**a) Definición y cálculo del período medio de maduración económico (1,5 puntos)**

Período Medio de Maduración Económico, hablamos del tiempo que por término medio transcurre desde que las existencias entran en el almacén hasta que lo recuperamos por mediación de las ventas. En otras palabras, el resultado de este indicador nos informa del número de días que tarda la empresa en dar una vuelta a su Ciclo de Explotación.

$$\text{PME} = \text{PMA} + \text{PMC}$$

$$\text{PMA} = 360/15 = 24 \text{ días}$$

$$\text{PME} = 24 + 50 = 74 \text{ días}$$

**b) Definición y cálculo del período medio de maduración financiero (1,5 puntos)**

Período Medio de Maduración Financiero, nos referimos al tiempo que por término medio transcurre desde que procedemos al pago de cada unidad monetaria invertida en nuestro Ciclo de Explotación hasta que es recuperado por mediación del cobro a nuestros clientes. La importancia de este indicador reside en que del resultado del mismo, obtenemos el número de días que necesitamos autofinanciar nuestro Ciclo de Explotación.

$$\text{PMF} = \text{PMA} + \text{PMC} - \text{PMP}$$

$$\text{PME} = 24 + 50 - 30 = 44 \text{ días}$$

**4. Una empresa se plantea llevar a cabo una inversión. Para ello, es necesario realizar un desembolso inicial de 4.000 euros. Se ha estimado que dicha inversión generará unos flujos netos de caja de 3.000 euros el primer año y 2.000 euros el segundo año. El coste de capital en esta empresa es del 10% anual.**

**Se pide:**

**a) Determinar si a la empresa le interesa llevar a cabo la inversión. Para ello, utilice el criterio del valor actual neto (1,5 puntos)**

$$\text{VAN} = -4000 + 3000/(1+0.10)^1 + 2000/(1+0.10)^2 = 380.16\text{€ Como}$$

el  $\text{VAN} > 0$ , es recomendable llevar a cabo la inversión

**b) Calcular la tasa interna de rentabilidad (TIR) del proyecto de inversión y determinar si en función de este criterio es aconsejable llevar a cabo la inversión (1,5 puntos)**

$$VAN=0$$

$$(1+TIR)^X$$

$$0= -4.000 + 3000/X+2000/X^2$$

$$-4.000X^2+3.000X+2.000 =0$$

Resolviendo la ecuación  $X=1,175$

$$1,175= 1+ TIR \quad TIR= 0,175 =17,5\%$$

---

### OPCIÓN B

---

**1. Señale cuáles son las cinco áreas funcionales de la empresa (1 punto) e indique cuáles son las características que las definen a cada una de ellas (1 punto).**

Las 5 áreas funcionales de la empresa son:

- Área de dirección: área imprescindible, considerada la cabeza de la empresa. Lleva el timón de la empresa, establece los objetivos y la dirige hacia ellos. Está relacionada con el resto de áreas funcionales, ya que es quien las controla todas las áreas de trabajo que se encuentran en la empresa.
- Área de administración: relacionada con el funcionamiento de la empresa. Es la operación de negocio en sentido general, desde contrataciones, pagos a personal. Por lo general es el emprendedor o empresario quien se encarga de esta área funcional. Está relacionada con otras áreas como recursos humanos.
- Área de ventas: orientada al exterior. En esta área se plantean las estrategias que la empresa seguirá en el área del marketing, los mercados donde la empresa opera, los segmentos de mercado, el ciclo de vida de los productos, diseño de nuevos productos para la ganancia de dinero.
- Área de producción: área donde se llevan a cabo la producción de los bienes que la empresa comercializará después a los centros, mercados, tiendas de venta.
- Área de contabilidad y finanzas: reglamentario para todas las empresas, ya que es obligatorio que lleven un registro contable. Tendrá en cuenta todos los movimientos de dinero, tanto dentro como fuera de la empresa.

**2º. Explique cuál es la función que desempeñan las marcas en el marketing de las empresas (2 puntos).**

La forma en la que se identifica un producto es a través de la marca, el envase y la etiqueta. La imagen de marca es la percepción que tiene el consumidor de los productos empresa añadiéndole un valor.

La marca es el nombre símbolo o logotipo que identifica los productos de una empresa y los distingue de otros de empresas de la competencia existen diferentes estrategias:

- Estrategia de marca única en la que la empresa utiliza la misma marca para todos sus productos ejemplo HP.
- Estrategia de marcas múltiples estas empresas utilizan marcas distintas para cada uno de sus productos.
- Estrategia de marcas blancas: grandes distribuidores como Día o Mercadona suelen comercializar productos con sus propias marcas ocultando de esta forma la marca del fabricante buscar así una mayor fidelización del consumidor.

**3. Una empresa especializada en la comercialización de un instrumento musical presenta la siguiente información (en euros):**

- **Existencias (1/1/2010): 1.000 unidades, con un precio unitario de 50 euros**
- **Compras (7/4/2010): 200 unidades, con un precio unitario de 55 euros**
- **Compras (11/8/2010): 150 unidades, con un precio unitario de 57 euros**
- **Ventas (30/09/2010): 1.100 unidades, con un precio unitario de venta de 150 euros**

**Calcular el valor de las existencias finales según los siguientes criterios de valoración de existencias:**

**a) Precio medio ponderado (1,5 puntos)**

$$p = \frac{1000 \cdot 50 + 200 \cdot 55 + 150 \cdot 57}{1000 + 200 + 150} = \frac{69.550}{1350} = 51,52$$

Disponemos de 1350 unidades valoradas a 51,52€

Vendemos 1100 unidades valoradas a 51,52€

nos sobran 250 unidades valoradas a 51,52€ Total= **12.880€**

**b) Criterio FIFO (1,5 puntos)**

Antes de la venta disponemos:

UNID	PVP
1000	50
200	55
150	57

Vendemos: 1000 unidades valoradas en 50 € y 100 unidades valoradas en 55€.

Nos sobran 100 unidades valoradas en 55€ y 150 unidades valoradas en 57€ total:

$$100 \cdot 55 + 150 \cdot 57 = 14.050€$$

**4. Una empresa que se dedica a la comercialización de juguetes muestra la siguiente información a 31/12/2010 (euros):**

<b>Compra juguetes 3.000</b>
<b>Seguridad social empresa 600</b>
<b>Venta juguetes 12.500</b>
<b>Impuesto sobre beneficios 1.500</b>
<b>Otros tributos 200</b>
<b>Suministros 650</b>
<b>Transportes 550</b>
<b>Activo no corriente 15.000</b>
<b>Intereses de deudas 420</b>
<b>Activo corriente 5.000</b>
<b>Sueldos y salarios 1.500</b>
<b>Alquileres 300</b>
<b>Patrimonio neto 50.000</b>

**Se pide:**

**a) Cuenta Resultados (modelo PGC) (1 punto)**

<b>Venta juguetes 12.500</b>	
- <b>Compra juguetes 3.000</b>	
- <b>Seguridad social empresa 600</b>	
- <b>Suministros 650</b>	

- <b>Transportes 550</b>	
- <b>Sueldos y salarios 1.500</b>	
- <b>Alquileres 300</b>	
- <b>Otros tributos 200</b>	
<b>Resultado Explotación</b>	<b>5.700</b>
- <b>Intereses de deudas 420</b>	
<b>Resultado BAT</b>	<b>5.280</b>
- <b>Impuesto sobre beneficios 1.500</b>	
<b>Resultado del ejercicio</b>	<b>3.780</b>

**b) Definir y calcular la rentabilidad económica (1 punto)**

La rentabilidad económica (en inglés ROI o Return On Investment) es la rentabilidad de los activos de una empresa. Mide el grado de eficiencia de la empresa en el uso de sus recursos económicos o activos para la obtención de beneficios.

$$RE = (\text{BAII O BENEFICIO EXPLOTACION} / \text{ACTIVO TOTAL}) \times 100 = (5.700 / 20.000) \cdot 100 = 28,5\%$$

**c) Definir y calcular la rentabilidad financiera (1 punto)**

La Rentabilidad Financiera o rentabilidad del capital (en inglés, Return On Equity o ROE) es la rentabilidad de los capitales invertidos.

$$RF = (\text{BENEFICIO NETO} / \text{PATRIMONIO NETO}) \cdot 100 = (3.780 / 50.000) \cdot 100 = 7,56\%$$



[www.academianuevofuturo.com](http://www.academianuevofuturo.com) Teléfono: 914744569  
C/ Fernando Poo 5 Madrid (Metro Delicias o Embajadores).



www.academianuevofuturo.com  
Teléfono: 914744569